การออกแบบระบบป้ายสัญลักษณ์ สำหรับเส้นทางท่องเที่ยวรอบเมืองอุทัยธานี เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

สิริพร แจงทนง

วิทยานิพนธ์เสนอเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตรปริญญาศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต
สาขาวิชาการออกแบบสื่อนวัตกรรม
พฤษภาคม 2559
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยนเรศวร

SIGNAGE SYSTEM DESIGN OF TRAVEL ROUTES AROUND UTHAITHANI CITY TO PROMOTE CONSERVATION TOURISM

SIRIPORN JANGTHANONG

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements

for the Bachelor of Fine and Applied Arts in Innovative Media Design

May 2016

Copyright 2016 by Naresuan University

วิทยานิพนธ์ เรื่อง "การออกแบบระบบป้ายสัญลักษณ์ สำหรับเส้นทางท่องเที่ยวรอบเมืองอุทัยธานี
เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์" ของ นางสาวสิริพร แจงทนง
ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการออกแบบสื่อนวัตกรรม

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

.....ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์
(อาจารย์ลินดา อินทราลักษณ์)

.....ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์
(อาจารย์มยุรี สุภังคนาช)

.....กรรมการ
(ดร.ดนัย เรียบสกุล)

.....กรรมการ
(อาจารย์วิสิฐ จันมา)

.....กรรมการ
(อาจารย์เสกสรรค์ ญาณปัญญานนท์)

.....กรรมการ
(อาจารย์จุมพล เพิ่มแสงสุวรรณ)

.....กรรมการ
(อาจารย์ชวลิต ดวงอุทา)

.....กรรมการ
(อาจารย์วิสิฐ อรุณรัตนานนท์)

อนุมัติ

.....

(รองศาสตราจารย์ ดร. นิรัช สุดสังข์)
หัวหน้าภาควิชาศิลปะและการออกแบบ

ประกาศคุณูปการ

วิทยานิพนธ์เล่มนี้สำเร็จและสมบูรณ์ได้ด้วยความกรุณาและความช่วยเหลืออย่างดียิ่งจากหลายท่านที่กรุณา ขอกราบขอบพระคุณ

อาจารย์มยุรี สุภังคนาช อาจารย์ที่ปรึกษาที่ได้กรุณาให้คำแนะนำ เสนอแนะ ตลอดจนตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆตลอดมา ตั้งแต่ต้นจนสำเร็จเป็นวิทยานิพนธ์เล่มนี้ ขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

ขอกราบขอบพระคุณคณะกรรมการ อาจารย์ทุกท่านที่ให้คำแนะนำต่างๆ เพื่อแก้ไขข้อบกพร่องและเพื่อให้ได้เป็นวิทยานิพนธ์ที่สมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

ขอขอบพระคุณ คณาจารย์ประจำภาควิชาศิลปะและการออกแบบ สาขาการออกแบบการสื่อนวัตกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ทุกท่าน ที่ได้สั่งสอนมอบความรู้ ให้คำชี้แนะแนวทางตลอดจนเป็นที่ปรึกษาที่ดี และตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆด้วยความเอาใจใส่อย่างยิ่ง เพื่อเป็นประโยชน์ในการพัฒนาคุณภาพของดิฉันให้มีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลต่อไป

ขอขอบคุณ คุณวรชัย จำนงค์ (เจ้าของ Page Facebook : เฟิสต์ดีไซน์ อุทัยธานี) ที่ให้ข้อมูลต่างๆที่เกี่ยวข้องกับวิทยานิพนธ์นี้ ซึ่งเป็นข้อมูลที่สำคัญมาก อีกทั้งอนุญาตให้นำรูปภาพต่างๆ บน Page Facebook : เฟิสต์ดีไซน์ อุทัยธานี ที่เกี่ยวข้องมาประกอบลงในวิทยานิพนธ์เล่มนี้ เพื่อให้ออกมาชัดเจนและสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น ขอขอบพระคุณอย่างสูง

เหนือสิ่งอื่นใดขอกราบขอบพระคุณ บิดา มารดา และครอบครัวแจงทนง ที่ให้กำลังใจและให้การสนับสนุนในทุกๆ ด้านอย่างดีที่สุดเสมอมา และเป็นกำลังใจให้ตลอด ให้คำแนะนำการใช้ชีวิตและชี้แนะแนวทางแก้ปัญหาต่างๆให้ผ่านมาได้ ตลอดจนคอยสนับสนุนทุนในการศึกษาจนสำเร็จอีกด้วย

คุณค่าและคุณประโยชน์อันพึงจะมีจากวิทยานิพนธ์เล่มนี้ ขอมอบและอุทิศแด่ผู้มีพระคุณทุกๆ ท่าน และหวังเป็นอย่างยิ่งว่า วิทยานิพนธ์นี้จะเป็นประโยชน์ต่อจังหวัดอุทัยธานี หรือ ผู้ที่สนใจบ้างไม่มากก็น้อย

สิริพร แจงทนง

ชื่อเรื่อง	การออกแบบระบบป้ายสัญลักษณ์ สำหรับเส้นทางท่องเที่ยวรอบเมืองอุทัยธานี เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์
ผู้วิจัย	นางสาวสิริพร แจงทนง
ที่ปรึกษา	อาจารย์มยุรี สุภังคนาช
ประเภทสารนิพนธ์	วิทยานิพนธ์ ศป.บ สาขาวิชาการออกแบบสื่อนวัตกรรม มหาวิทยาลัยนเรศวร, 2559
คำสำคัญ	ระบบป้ายสัญลักษณ์ การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

บทคัดย่อ

การออกแบบระบบป้ายสัญลักษณ์ สำหรับเส้นทางท่องเที่ยวรอบเมืองอุทัยธานีนั้น เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ให้กับตัวจังหวัดอุทัยธานี ซึ่งปัจจุบันมีจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นทุกปีจากการสำรวจ และการท่องเที่ยวนั้นเป็นการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ไม่ว่าจะเป็น ธรรมชาติ วิถีชีวิต แหล่งชุมชนที่คงอนุรักษ์ความเป็นสมัยก่อน ประวัติศาสตร์ต่างๆ โบรณสถาน และโบราณวัตถุ เส้นทางจักรยาน

โดยการออกแบบระบบป้ายสัญลักษณ์ สำหรับเส้นทางท่องเที่ยวรอบเมืองอุทัยธานีนี้รองรับประชากรนักท่องเที่ยวที่ส่วนใหญ่ร้อยละ 70 เป็นบุคคลที่อยู่ในช่วงวัยกลางคนจนถึงเกษียณอายุ ที่มีการตั้งกลุ่มท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ต่างๆที่อุทัยธานียังคงมีความเป็นดั่งเดิมให้ได้พบเห็น และสร้างเครือข่ายการปั่นจักรยานขึ้นมา เกิดการบอกต่อฐานกลุ่มนักท่องเที่ยวขยายเพิ่มมากขึ้น ทำให้การออกแบบระบบป้ายสัญลักษณ์นั้นมีบทบาทมากขึ้น เพราะเดิมในส่วนนี้ทางพื้นที่ยังขาดการประชาสัมพันธ์บอกข้อมูลสถานที่ และข้อมูลต่างๆ ที่เอื้อประโยชน์ให้กับกลุ่มนักท่องเที่ยว

ผลการออกแบบพบว่าคนในพื้นที่ หรือในกลุ่มนักท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นกลุ่มหลักคือวัยทำงาน 35 – 50 ปี หรือกลุ่มรองคือวัยรุ่นอายุ 15- 20 ปีนั้น มีความพึงพอใจที่ดีและเข้าใจในระบบป้ายสัญลักษณ์ สำหรับเส้นทางท่องเที่ยวรอบเมืองอุทัยธานีเพิ่มมากขึ้น มีความแสดงเป็นเอกลักษณ์และเป็นอันหนึ่งอันเดียวกับตัวพื้นที่ได้ ซึ่งอำนวยความสะดวกในการเดินทางให้กับนักท่องเที่ยว และคนในพื้นที่ดังกล่าวได้เข้าใจมากขึ้นอีกด้วย

สารบัญ

บทที่		หน้า
1	**บทนำ**	1
	1.1.ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
	1.2.วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	2
	1.3.ขอบเขตของงานวิจัย.....	2
	1.3.1 ขอบเขตของประชากรกลุ่มเป้าหมาย.....	2
	13.2 ขอบเขตของผลงานออกแบบสร้างสรรค์.....	2
	1.4.วิธีการศึกษาและขั้นตอนการดำเนินงาน.....	2
	1.5.นิยามศัพท์เฉพาะ.....	3
	1.6.ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	4
2	**เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง**	5
	2.1. ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาของงานวิจัย.....	6
	2.1.1. จังหวัดอุทัยธานี.....	6
	2.1.2. ความหมายของการท่องเที่ยว.....	7
	2.1.3 ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์.....	8
	2. 1.4 แนวทางการส่งเสริมการเที่ยวเชิงอนุรักษ์.....	10
	2.2. ข้อมูลเกี่ยวกับทฤษฎีการออกแบบ ในเรื่องที่ทำการวิจัย.....	13
	2.2.1 ทฤษฎีเกี่ยวกับการออกแบบ.....	13
	2.2.2 ระบบสัญลักษณ์และเครื่องหมายภาพ(Symbols & Pictograms).	26
	2.2.3 ทฤษฎีเกี่ยวกับระบบป้ายสัญลักษณ์(Signage system).....	33
	2.2.4 การออกแบบระบบป้ายสัญลักษณ์โดยใช้ระบบกริด.....	39
	2.2.5 ทฤษฎีเกี่ยวกับการหาทิศทาง(Wayfinding).....	44
	2.2.6 หลักการและวิธีการออกแบบแผนที่.....	47
	2.3. ข้อมูลพฤติกรรมกลุ่มเป้าหมายของงานวิจัย.....	51
	2.3.1 ลักษณะทางกายภาพ.....	51
	2.3.2 ลักษณะทางจิตภาพ.....	57
	2.4. กรณีศึกษา	60

สารบัญ(ต่อ)

บทที่		หน้า
3	**การวิเคราะห์ข้อมูลและแนวความคิดในการออกแบบ**	81
	วิเคราะห์ข้อมูลและแนวความคิดในการออกแบบ.....	81
4	**การออกแบบและสร้างสรรค์ผลงาน**	88
	4.1 การพัฒนาแบบ.....	88
	4.2 พิกโตแกรม (แบบสมบูรณ์).....	108
	4.3 แผนที่.....	116
	4.4 Wayfinding Design.....	117
	4.5 วัสดุ (Material).....	127
	4.6 3D Sign Family.....	135
	4.7 จำลองการติดตั้ง.....	144
	4.8 จัด Exhibition Central Plaza Phitsanulok.....	152
5	**บทสรุป**	153
	5.1 สรุปผลการวิจัย.....	153
	5.2 อภิปรายผล.....	153
	5.3 ข้อเสนอแนะ.....	153

บรรณานุกรม.....

ภาคผนวก.....

ประวัติผู้วิจัย.....

สารบัญภาพ

ภาพ หน้า

1 องค์ประกอบกราฟิก..... 13
2 เส้น..... 13
3 รูปร่าง รูปทรง น้ำหนัก..... 14
4 พื้นผิว..... 15
5 พื้นที่ว่าง..... 16
6 วงจรสี..... 16
7 ตัวอักษร..... 17
8 สี RGB..... 18
9 สี CMYK..... 18
10 ขั้นของสี..... 19
11 ตัวอย่างภาพที่ออกแบบโดยการเลือกใช้สีต่าง ๆ..... 20
12 ภาพตัวอย่างงานออกแบบสีโทนเย็น และสีโทนร้อน..... 21
13 Mono หรือเอกรงค์..... 22
14 Complement คือ สีที่ตัดกันหรือสีตรงกันข้าม เป็นสีที่อยู่ตรงข้ามกันในวงจรสี.... 22
15 Triad คือ การเลือกสีสามสีที่ระยะห่างเท่ากันเป็นสามเหลี่ยมด้านเท่ามาใช้งาน... 23
16 Analogic หรือสีข้างเคียงกัน การเลือกสีใดสีหนึ่งขึ้นมาใช้งาน..... 23
17 Body & Proportion..... 24
18 Proportion..... 24
19 ลักษณะตัวอักษร..... 24
20 ภาพตัวอย่างการใช้ตัวอักษร..... 25
21 ภาพตัวอย่างการใช้ตัวอักษร..... 25
22 สัญลักษณ์..... 28
23 ประเภทสัญลักษณ์..... 29
24 สัญลักษณ์บ่งบอกความเป็นเจ้าของ..... 31
25 เครื่องหมายภาพในการจราจร..... 32

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพ		หน้า
26	เครื่องหมายภาพในการจราจร	32
27	ระบบกริด	40
28	รูปร่างของแผ่นป้ายและป้ายสัญลักษณ์ภายใน 1	42
29	รูปร่างของแผ่นป้ายและป้ายสัญลักษณ์ภายใน 2	43
30	รูปร่างของแผ่นป้ายและป้ายสัญลักษณ์ภายใน 3	43
31	รูปร่างของแผ่นป้ายและป้ายสัญลักษณ์ภายใน 4	44
32	การออกแบบระบบสัญลักษณ์ป้ายจุดจอดรถตู้โดยสารร่วมบริการ ร่วมบริการบริเวณอนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ	60
33	การติดตั้งระบบสัญลักษณ์ป้ายจุดจอดรถตู้โดยสารร่วมบริการ ร่วมบริการบริเวณอนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ 1	61
34	การติดตั้งระบบสัญลักษณ์ป้ายจุดจอดรถตู้โดยสารร่วมบริการ ร่วมบริการบริเวณอนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ 2	62
35	การออกแบบอัตลักษณ์ The Grand ๑ Palace Wat Phra Kaew	63
36	ระบบสัญลักษณ์ The Grand ๑ Palace Wat Phra Kaew	64
37	โลโก้การออกแบบอัตลักษณ์ The Grand ๑ Palace Wat Phra Kaew	65
38	โปสเตอร์ประชาสัมพันธ์ การออกแบบอัตลักษณ์ The Grand ๑ Palace Wat	66
39	การออกแบบชุดป้ายสัญลักษณ์ สำหรับพิพิธภัณฑ์พื้นบ้านจ่าทวี จังหวัดพิษณุโลก	67
40	แผ่นพับประชาสัมพันธ์ สำหรับพิพิธภัณฑ์พื้นบ้านจ่าทวี จังหวัดพิษณุโลก	68
41	การออกแบบชุดป้ายสัญลักษณ์ สำหรับพิพิธภัณฑ์พื้นบ้านจ่าทวี จังหวัดพิษณุโลก 2	69
42	จำลองการติดตั้ง การออกแบบชุดป้ายสัญลักษณ์ สำหรับพิพิธภัณฑ์พื้นบ้านจ่าทวีจังหวัดพิษณุโลก	70
43	Vienna International Airport Wayfinding	71
44	ป้าย Vienna International Airport Wayfinding 1	72

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพ หน้า

45 ป้าย Vienna International Airport Wayfinding 2..... 73
46 Wayfinding Vienna International Airport Wayfinding 1..... 74
47 Wayfinding Vienna International Airport Wayfinding 2..... 75
48 Rio 2016 Olympic & Paralympic pictograms 1..... 76
49 Rio 2016 Olympic & Paralympic pictograms 2..... 77
50 การออกแบบ Rio 2016 Olympic & Paralympic pictograms 1..... 78
51 การออกแบบ Rio 2016 Olympic & Paralympic pictograms 2..... 79
52 แผนภาพการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย..... 80
53 แผนภาพการวิเคราะห์เส้นทางท่องเที่ยวเมืองอุทัยธานี..... 81
54 แผนภาพการวิเคราะห์ความหมายของการท่องเที่ยว..... 81
55 แผนภาพการวิเคราะห์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์..... 82
56 แผนภาพการวิเคราะห์แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์..... 82
57 แผนภาพการวิเคราะห์นักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์..... 83
58 แผนภาพการวิเคราะห์นักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์..... 83
59 สี Thai Tone..... 84
60 สีประจำจังหวัดอุทัยธานี..... 85
61 แบบอักษรลักษณะต่างๆ..... 85
62 Concept Infographic..... 86
63 ระบบกริดที่ใช้ในการออกแบบ..... 87
64 แนวความคิดร่างแบบพิกโตแกรมที่ 1..... 88
65 แบบสเก็ตซพิกโตแกรม ครั้งที่ 1..... 89
66 แนวความคิดร่างแบบพิกโตแกรมที่ 2..... 89
67 แบบสเก็ตซพิกโตแกรม ครั้งที่ 2 – 4..... 90
68 ไอเดียในการออกแบบพิกโตแกรม ที่ 2-4 โดยสรุป..... 91
69 ไอเดียที่ 2..... 91
70 ระบบกริด..... 92

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพ หน้า

71 แบบสเก็ตซพิกโตแกรมครั้งที่ 5 93
72 แบบสเก็ตซพิกโตแกรมครั้งที่ 5 (2) 94
73 แนวความคิดร่างแบบที่ 1-3 94
74 แบบสเก็ตซพิกโตแกรมทั้งหมดในการออกแบบ 95
75 ระบบกริดแบบ 1 บรรทัดตัวอักษร 95
76 ระบบกริดแบบ 2 บรรทัดตัวอักษร 96
77 พื้นที่ระหว่างเส้น 96
78 แบบสเก็ตซที่ 6 พิกโตแกรม หมวดสถานที่ (1) 97
79 แบบสเก็ตซที่ 6 พิกโตแกรม หมวดสถานที่ (2) 98
80 แบบสเก็ตซที่ 6 พิกโตแกรม หมวดสถานที่ (3) 99
81 แบบสเก็ตซที่ 6 พิกโตแกรม หมวดสถานที่ (4) 100
82 แบบสเก็ตซที่ 6 พิกโตแกรม หมวดสถานที่ (5) 101
83 แบบสเก็ตซที่ 6 พิกโตแกรม หมวดบอกทิศทาง 102
84 แบบสเก็ตซที่ 6 พิกโตแกรม หมวดบอกข้อมูล (1) 103
85 แบบสเก็ตซที่ 6 พิกโตแกรม หมวดบอกข้อมูล (2) 104
86 แบบสเก็ตซที่ 6 พิกโตแกรม หมวดควบคุมบังคับ 105
87 แบบสเก็ตซที่ 6 พิกโตแกรม หมวดควบคุมบังคับ แก้ไขครั้งที่ 1 106
88 แบบสเก็ตซที่ 6 พิกโตแกรม หมวดควบคุมบังคับ แก้ไขครั้งที่ 2 107
89 พิกโตแกรมแบบสมบูรณ์ (1) 108
90 พิกโตแกรมแบบสมบูรณ์ (2) 109
91 พิกโตแกรมแบบสมบูรณ์ (3) 110
92 พิกโตแกรมแบบสมบูรณ์ (4) 111
93 พิกโตแกรมแบบสมบูรณ์ (5) 112
94 แผนที่บริเวณอำเภอเมืองอุทัยธานี (1) 113
95 แผนที่เบริเวณอำเภอเมืองอุทัยธานี (2) 114

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพ		หน้า
96	แบบสเก็ตชแผนที่ ครั้งที่ 1 บริเวณเส้นทางท่องเที่ยวรอบเมืองอุทัยธานี.....	115
97	แบบสเก็ตชแผนที่ ครั้งที่ 2 บริเวณเส้นทางท่องเที่ยวรอบเมืองอุทัยธานี	115
98	แบบสเก็ตชแผนที่ ครั้งที่ 3 บริเวณเส้นทางท่องเที่ยวรอบเมืองอุทัยธานี.....	116
99	แบบสเก็ตชแผนที่ ครั้งที่ 4 (แบบสมบูรณ์) บริเวณเส้นทางท่องเที่ยวรอบเมืองอุทัยธานี.....	116
100	ป้ายตั้งขา วางตามสถานที่ (Free Standing Sign) (1).....	117
101	ป้ายตั้งขา วางตามสถานที่ (Free Standing Sign) (2).....	118
102	102 ป้ายตั้งขา วางตามสถานที่ (Free Standing Sign) (3).....	119
103	รายละเอียด ป้ายตั้งขา วางตามสถานที่ (Free Standing Sign) (4).....	120
104	ป้ายบอกข้อมูล (Information Sign) (1).....	121
105	ป้ายบอกข้อมูล (Information Sign) (2).....	122
106	ป้ายยื่นออกจากผนัง (Projecting Song).....	123
107	ป้ายติดผนัง (Wall Sign).....	123
108	รายละเอียด ป้ายยื่นออกจากผนัง (Projecting Song).....	124
109	รายละเอียด ป้ายติดผนัง (Wall Sign) แผนที่.....	125
110	Sign Family.....	126
111	วัสดุ.....	127
112	Aluminium Composite.....	128
113	Aluminium Sheet.....	130
114	Acrylic.....	131
115	อลูมิเนียม ท่อเหลี่ยม.....	132
116	วัสดุป้ายต่างๆ (1).....	133
117	วัสดุป้ายต่างๆ (2).....	134
118	ป้ายตั้งขา วางตามสถานที่ (Free Standing Sign).....	135
119	ป้ายบอกทิศทาง (Wayfinding Sign).....	136
120	ป้ายยื่นออกจากผนัง (Projecting Sign) (1).....	137

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพ **หน้า**

121 ป้ายยื่นออกจากผนัง (Projecting Sign) (2)..... 138
122 ป้ายติดผนัง (Wall Sign)..... 139
123 ป้ายบอกทิศทาง (Wayfinding Sign) เส้นทาง Bike Route..... 140
124 ป้ายบอกข้อมูล (Information Sign) ป้ายแผนที่..... 141
125 ป้ายบอกข้อมูล (Information Sign) รายละเอียด ป้ายแผนที่..... 142
126 ป้ายบอกข้อมูล (Information Sign) Landmark..... 143
127 จำลองการติดตั้งป้ายสถานที่ บริเวณวัดอุโปสถาราม (1)..... 144
128 จำลองการติดตั้งป้ายสถานที่ บริเวณวัดอุโปสถาราม (2)..... 145
129 จำลองการติดตั้งป้ายสำหรับเส้นทางจักรยาน บริเวณเกาะเทโพ (1)..... 146
130 จำลองการติดตั้งป้ายสำหรับเส้นทางจักรยาน บริเวณเกาะเทโพ (2)..... 147
131 จำลองการติดตั้งป้ายสำหรับเส้นทางจักรยาน บริเวณเกาะเทโพ (3)..... 148
132 จำลองการติดตั้งป้าย บริเวณทางเข้าลานสะแกกรัง..... 149
133 จำลองการติดตั้งป้าย บริเวณลานสะแกกรัง (1)..... 150
134 จำลองการติดตั้งป้าย บริเวณลานสะแกกรัง (2)..... 151
135 บรรยากาศ จัด Exhibition Central Plaza Phitsanulok 152

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

เมืองอุทัยธานีเป็นเมืองท่องเที่ยวเล็กๆที่มีความสงบ พร้อมธรรมชาติที่สมบูรณ์ มีแม่น้ำสะแกกรังไหลผ่าน ทางการจลาจลไม่วุ่นวาย อากาศปลอดบริสุทธิ์ และด้วยลักษณะเมืองเล็กและสงบนี้ส่งผลให้อุทัยธานีเป็นเมืองที่มีเสน่ห์ที่แตกต่างจากจังหวัดอื่น ๆ เหมาะแก่การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

ซึ่งโดยปัจจุบันเมืองอุทัยธานีเริ่มเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวหรือบุคคลทั่วไปที่ชื่นชอบการท่องเที่ยวแบบอนุรักษ์นั้นมีมากขึ้น โดยเฉพาะบริเวณเส้นทางรอบเมืองอุทัยธานี เลาะลุ่มแม่น้ำสะแกกรัง หรือที่ชาวบ้านเรียกกันว่า ลานสะแกกรัง ในตอนเช้าทุกวันจะมีตลาดสดอุทัยธานี เป็นตลาดเช้าที่มีความสำคัญมากของชาวอุทัย สามารถพบเห็นวิถีชีวิตแบบเรียบง่ายได้ ตอนเย็นเป็นสถานที่พักผ่อนมีกิจกรรมให้ได้เห็น ซึ่งหากนักท่องเที่ยวมาอุทัยธานีจะต้องมาเที่ยวชมสัมผัสบรรยากาศ โดยในพื้นที่รอบเมืองอุทัยธานีบริเวณลานสะแกกรังและเส้นทางเกาะเทโพนั้น มีสะพานข้ามฝั่งไปยังวัดอุโปสถาราม ที่มีความสำคัญและประวัติศาสตร์ต่างๆให้ได้ศึกษา มีเส้นทางสำหรับจักรยานให้นักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบการปั่นได้ปั่นจักรยานเพื่อสัมผัสธรรมชาติ อีกทั้งมีบ้านแพเก่าแก่ให้เห็นอยู่ เป็นพื้นที่ๆ ระหว่างทางที่ปั่นมีจุดบริการพักรถ ชาวบ้านเรียกว่า บึงพระชนก มีนกหลากหลายสายพันธ์บินวนให้ได้ชมอย่างใกล้ชิด ด้วยเหตุนี้เส้นทางท่องเที่ยวรอบเมืองอุทัยธานี จึงเริ่มเป็นที่สนใจมากขึ้น ให้นักท่องเที่ยวหรือบุคคลทั่วไปไม่ว่าจะเป็นวัยทำงานยุคใหม่ หรือวัยทำงานที่เริ่มปลดเกษียณ รวมทั้งนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติทั่วไป ที่ชื่นชอบการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ได้ชมและสัมผัสธรรมชาติ วิถีชีวิต สภาพแวดล้อมในเส้นทางดังกล่าวเพิ่มขึ้นๆ

ทำให้การออกแบบระบบป้ายสัญลักษณ์ สำหรับเส้นทางท่องเที่ยวรอบเมืองอุทัยธานี เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ นั้นมีส่วนสำคัญเช่นกัน เพราะหากมีระบบป้ายที่ให้ข้อมูลได้ครบถ้วน ก็จะส่งเสริมภาพลักษณ์ของเส้นทางท่องเที่ยวรอบเมืองอุทัยธานีให้เหมาะแก่การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์มากยิ่งขึ้น เกิดเป็นกระแสการประชาสัมพันธ์จากกลุ่มสังคมนักท่องเที่ยวด้วยกันกระจายออกไปเป็นการดึงรายได้เข้าจังหวัดได้อีกทางหนึ่งในอนาคตอีกด้วย

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาการออกแบบระบบป้ายสัญลักษณ์
2. เพื่อศึกษาเส้นทางท่องเที่ยวรอบเมืองอุทัยธานี
3. เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

1.3 ขอบเขตของงานวิจัย

1.3.1 ขอบเขตของประชากรกลุ่มเป้าหมาย

นักท่องเที่ยว ช่วงอายุ 35- 50 ปี

วัยรุ่น ช่วงอายุ 15- 22 ปี

1.3.2 ขอบเขตของผลงานออกแบบสร้างสรรค์

1.ออกแบบชุดป้ายสัญลักษณ์เส้นทางท่องเที่ยวรอบเมืองอุทัยธานี 1 ชุด จำนวน 50 ชิ้น แบ่งออกตามประโยชน์ใช้สอย เป็น 4 ชนิด คือ

- บอกทิศทาง (Directional) จำนวน 4 ชิ้น
- ระบุชื่อ สถานที่ หรือ สิ่งของ (Identifying) จำนวน 20 ชิ้น
- ข้อมูลข่าวสาร(Informational) จำนวน 16 ชิ้น
- ควบคุม หรือบังคับ (Restrictive or Prohibitive) จำนวน 10 ชิ้น

2.ออกแบบแผนที่เส้นทางท่องเที่ยวรอบเมืองอุทัยธานี จำนวน 1 ชิ้น

3.ออกแบบเพื่อสิ่งแวดล้อม (Environmental Design) จำนวน 10 ชิ้น ประกอบไปด้วย

- ป้ายบอกข้อมูล (Information Sign) จำนวน 2 ชิ้น
- ป้ายตั้งขา วางตามสถานที่ (Free Standing Sign) จำนวน 3 ชิ้น
- ป้ายติดผนัง (Wall Sign) จำนวน 2 ชิ้น
- ป้ายยื่นออกจากผนัง (Projecting Song) จำนวน 1 ชิ้น
- ป้ายบอกทิศทาง (Wayfinding Sign) จำนวน 2 ชิ้น

1.4 วิธีการศึกษาและขั้นตอนการดำเนินงาน

1.4.1 ค้นคว้าและรวบรวมแหล่งข้อมูลที่เกี่ยวข้อง

1.4.2 สอบประเมินผลครั้งที่ 1 นำเสนอ concept Moot & Tone และ Sketch Design

1.4.3 พัฒนาแบบ และปรับปรุงแก้ไขแบบ

1.4.4 สอบประเมินผลครั้ง 2

1.4.5 พัฒนาแบบ และปรับปรุงแก้ไขแบบ

1.4.6 สอบประเมินผลครั้ง 3

ขั้นตอนการดำเนินงาน

รายการ	ปีการศึกษา 2558				
	ส.ค	ก.ย	ต.ค	พ.ย	ธ.ค
1.ค้นคว้าและรวบรวมแหล่งข้อมูลที่เกี่ยวข้อง - บทที่ 1 - บทที่ 2 - บทที่ 3	↔				
2. สอบประเมินผลครั้งที่ 1 17/09/58		↔			
- Concept Design - Moot & Tone - Sketch Design (แบบตัวอย่างงาน)		↔ ↔ ↔			
3. พัฒนาแบบ และปรับปรุงแบบ			↔		
4. สอบประเมินผลครั้งที่ 2 22/10/58			↔		
- ผลงานการออกแบบ70 % - สรุปและวิเคราะห์ข้อมูล เพิ่มเติม			↔ ↔		
5. พัฒนาแบบ และปรับปรุงแบบ				→	
6. สอบประเมินผลครั้งที่ 3 26/11/58				↔	↔
- สรุปการออกแบบและข้อมูล ทั้งหมด				↔	→

1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ

ระบบป้ายสัญลักษณ์ (Signage system) เป็นส่วนหนึ่งของระบบนำทาง (Wayfinding system) มีการจัดทำเพื่อบริการให้บุคคลสามารถเดินทางไปสู่สถานที่ได้ตามต้องการ และช่วย จัดการกับสภาพแวดล้อมให้แคบลงโดยมีการบอกทิศทาง ระบุสถานที่และบอกคำสั่ง และมีการจัด ระเบียบขอมูลอย่างเป็นรูปธรรม ระบบป้ายสัญลักษณ์ที่ดีจึงจำเป็นที่จะต้องคำนึงถึงสภาพแวดล้อม ด้านต่าง ๆ เช่น สถานที่วัฒนธรรมท้องถิ่น ฯลฯ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการใช้งาน

หน้าที่หลักของป้ายสัญลักษณ์แบ่งตามประโยชน์ใช้สอยออกเป็น 4 ชนิดดังนี้

1) บอกทิศทาง (Directional)

2) ระบุชื่อ สถานที่ หรือ สิ่งของ (Identifying)

3) ข้อมูลข่าวสาร(Informational)

4) ควบคุม หรือบังคับ (Restrictive or Prohibitive)

Wayfinding System คือ ระบบนำทางซึ่งเป็นกระบวนการช่วยให้คนค้นหาจุดหมาย ภายใต้สภาพแวดล้อมที่คุ้นเคยและไม่คุ้นเคย ภายใต้สภาพแวดล้อมที่มีความซับซ้อน โดยอาศัย ข้อมูลที่ได้ช่วยในการตัดสินใจด้วยตัวเองและช่วยให้คนไปถึงที่หมายได้ในเวลาที่กำหนดโดยไม่ เกิดความเครียดและความสับสน

การออกแบบเพื่อสิ่งแวดล้อม (Environmental Graphic Design) หมายถึง การออกแบบในสภาพแวดล้อมต่างๆ หรือการสื่อสารในเชิงพื้นที่ซึ่งสามารถถ่ายทอดออกมาได้หลากหลายรูปแบบ คือ การสร้างคู่มือหรือวิธีการให้ข้อมูลการใช้สถานที่เพื่อให้ตอบสนองประโยชน์ใช้สอยในแต่ละสถานที่นั้นๆ ได้อย่างถูกต้องและแม่นยำ ในขณะเดียวกันก็ต้องเสริมสร้างเรื่องราวหรือความพิเศษที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวให้กับสภาพแวดล้อมนั้นๆด้วยงานออกแบบ

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงการออกแบบระบบป้ายสัญลักษณ์ สำหรับนักท่องเที่ยวช่วงอายุ 35 – 50 ปี และวัยรุ่นช่วงอายุ 15 - 22 ปี
2. ทำให้ทราบถึงหลักการออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวรอบเมืองอุทัยธานีได้อย่างเหมาะสมกับสภาพแวดล้อม

บทที่ 2
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่อง โครงการออกแบบระบบป้ายสัญลักษณ์ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เรื่องเส้นทางเท่องเที่ยวอุทัยธานี ได้ศึกษาแบ่งข้อมูลเป็นส่วนต่างๆดังนี้

ข้อมูลในการศึกษาค้นคว้า

2.1 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาของงานวิจัย

2.1.1 จังหวัดอุทัยธานี

2.1.2 ความหมายของการท่องเที่ยว

2.1.3 ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

2.1.4 แนวทางการส่งเสริมการเที่ยวเชิงอนุรักษ์

2.2. ข้อมูลเกี่ยวกับทฤษฎีการออกแบบ ในเรื่องที่ทำการวิจัย

2.2.1 ทฤษฎีเกี่ยวกับการออกแบบ

2.2.2 ระบบสัญลักษณ์และเครื่องหมายภาพ (Symbols & Pictograms)

2.2.3 ทฤษฎีเกี่ยวกับระบบป้ายสัญลักษณ์(Signage system)

2.2.4 การออกแบบระบบป้ายสัญลักษณ์โดยใช้ระบบกริด

2.2.5 ทฤษฎีเกี่ยวกับการหาทิศทาง (Wayfinding)

2.2.6 หลักการและวิธีการออกแบบแผนที่

2.3. ข้อมูลพฤติกรรมกลุ่มเป้าหมายของงานวิจัย

2.3.1.ลักษณะทางกายภาพ

1. ลักษณะกลุ่มวัยทำงานช่วงอายุ 30 – 50 ปี
2. ลักษณะกลุ่มวัยรุ่นช่วงอายุ 15- 22 ปี

2.3.2.ลักษณะทางจิตภาพ

1. บทบาทของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว
2. นักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

2.4. กรณีศึกษา

2.1 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาของงานวิจัย

2.1.1 จังหวัดอุทัยธานี ตั้งอยู่ในเขตภาคเหนือตอนล่าง มีพื้นที่ประมาณ 6,730 ตารางกิโลเมตร พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นป่าและภูเขาสูง สภาพป่าไม้ของจังหวัดอุทัยธานีอุดมสมบูรณ์มีความหลากหลายทางธรรมชาติ เขตรักษาพันธ์ห้วยขาแข้งจึงได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นมรดกโลก เป็นผืนป่าอนุรักษ์ที่ควรค่าแก่การดูแลรักษาและนำความภาคภูมิใจมาสู่คนไทยทุกคน อุทัยธานีมีสถานที่น่าสนใจทั้งทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ และโบราณคดีหลายแห่งที่น่ามาเที่ยวชมและศึกษาหาความรู้ อีกทั้งมีสินค้าที่ระลึกประเภทหัตกรรมและอาหารการกินมากมาย เช่น หน่อไม้รวก ข้าวเกรียบปลา ผลไม้แช่อิ่ม ผ้าทอ เครื่องจักรสารซึ่งสามารถนำกลับไปเป็นของฝากได้

ลำน้ำสะแกกรัง ไหลผ่านตัวจังหวัดอุทัยธานี มีเรื่องเล่าต่อกันมาว่า ในสมัยก่อน เมื่อพ่อค้าล่องเรือผ่านมาจะรู้ได้ว่าถึงบ้านสะแกกรังแล้ว โดยเฉพาะในเดือนยี่ถึงเดือนสามจะสังเกตได้ชัดเจน ต้นสะแกจะออกดอกเล็กๆ ช่อยาวสีเขียวอมเหลืองห้อยลงมาริมน้ำ

บริเวณสองฝั่งแม่น้ำจะมีเรือนแพอยู่เรียงราย ฝั่งแม่น้ำด้านตะวันตกมีอาคารบ้านเรือนอยู่หนาแน่น เป็นตลาดใหญ่ของที่มาขายมีทั้งข้าวสารซึ่งวางขายอยู่ในกระบุง อาหารคาวหวาน ส่วนใหญ่ชาวบ้านจะทำเองและนำมาขาย

ส่วนฝั่งแม่น้ำด้านตะวันออกเป็นเกาะเทโพ มีสวนผลไม้ และป่าไผ่ตามธรรมชาติ เรือนแพสองฝั่งแม่น้ำเป็นเรือนไม้สร้างคร่อมบนแพบวบไม้ไผ่ ชาวแพบอกว่าอยู่แล้วสบาย หน้าร้อนลมเย็น หน้าหนาวตอนเช้าอุ่น ชาวแพเหล่านี้ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพทำการประมง ในช่วงเช้าหลังจากที่ได้ปลามาจะนำมาชำแหละเสียบไม้เป็นแผง ผึ่งให้แห้ง ย่างรมควัน ทำปลาแห้ง และนำไปขายตลาดตามเรือนแพริมน้ำเหล่านี้ยังมีกระชังเลี้ยงปลาสวาย ปลาแรด และปลาเทโพบ้างเล็กน้อย ปกติปลาแรดที่เลี้ยงในกระชังจะไม่คาวเหมือนปลาแรดที่เลี้ยงในบ่อดินอยู่แล้ว แต่ปลาแรดในกระชังของที่นี่นับว่าขึ้นชื่อมาก เพราะเนื้อแน่นนุ่มแหละหวาน บางคนกล่าวว่า เป็นเพราะน้ำที่นี่มีการไหลเวียนดีและอาจมีแร่ธาตุบางอย่างอยู่ ปลาแรดจึงมีเนื้อนุ่ม

สภาพความเป็นอยู่ที่สามารถเห็นตามสองฝั่งลำน้ำสะแกกรังเหมาะสำหรับนั่งเรือชม ปั่นจักรยาน โดยสามารถไปถึงอำเภอมโนรมย์ จังหวัดชัยนาทก็ได้ โดยจะวนรอบตัวเกาะเทโพจะได้เห็นพระอาทิตย์ตกซึ่งสวยงามมาก ในช่วงเดือนธันวาคมถึงเดือนมกราคม จะเห็นยกดักปลาเต็มไปหมด บางครั้งอาจได้เห็นชาวบ้านพายเรือมาเก็บผักตบชวา เพื่อนำใบไปรองเข่งปลา หรือนำไปเลี้ยงหมูก็ได้

ส่วนเกาะเทโพ เดิมเป็นแหลมยื่นออกมาคั่นระหว่างแม่น้ำเจ้าพระยาและแม่น้ำสะแกกรัง แม่น้ำทั้งสองสายจะมาบรรจบกันทางทิศใต้ของแหลม และมีการขุดคลองเชื่อมทางเหนือในภายหลัง เพื่อให้แม่น้ำเจ้าพระยามาหนุนแม่น้ำสะแกกรังในยามน้ำแล้ง แหลมนี้จึงกลายเป็นเกาะเทโพ

ที่เกาะเทโพนี้เป็นจุดที่น่าสนใจสำหรับผู้ปั่นจักรยานท่องเที่ยว หลังจากข้ามสะพานที่เชื่อมต่อระหว่างตลาดสดเทศบาลและวัดอุโปสถารามซึ่งไม่ยาวนักและขนาดเล็กเพียงรถมอเตอร์ไซด์สวนกันได้ บรรยากาศสองข้างจะเป็นป่าไผ่ ไร่ข้าวโพด และทุ่งนา ให้บรรยากาศที่สงบร่มรื่น ชาวบ้านที่นี่ทำสวนส้มโอ มีทั้งพันธุ์มโนรมย์และขาวแตงกวา และยังปลูกมะไฟด้วย

เมื่อผ่านบ้านท่าดินแดงจะเห็นเสื่อลำแพนวางขายอยู่ ชาวบ้านใช้ต้นไผ่ที่มีอยู่หนาแน่นในพื้นที่นำมาสานเสื่อและวางขายกันที่หน้าบ้านไม่ได้ส่งตลาด หากเดินต่อไปถึงวัดภูมิธรรม ก็จะมีศาลาให้นั่งพักตากลมได้บรรยากาศในวัดที่เงียบสงบ เมื่อปั่นจักรยานครบรอบเส้นทางที่กำหนดไว้ก็จะถึงท่าเรือที่จะข้ามไปวัดท่าซุงได้

2.1.2 ความหมายของการท่องเที่ยว

โดยทั่วไปการท่องเที่ยวจะหมายถึง ผู้คนหรือประชาชนได้ไปเยี่ยมเยือนยังสถานที่หนึ่ง เพื่อการเที่ยวชมเมือง เยี่ยมญาติและเพื่อน พักผ่อนวันหยุดสั้นระยะยาว และอาจหมายความรวมถึงบุคคลที่เดินทางไปเข้าร่วมการประชุมทางวิชชาการ ทางการเมือง การประชุมธุรกิจ หรือเข้าร่วมกิจกรรมอื่นๆทาธุรกิจตลอดจนการเดินทางไปศึกษาผู้เชี่ยวชาญ หรือไปทำการวิจัยทางวิทยาศาสตร์ด้วย โดยที่มาเหล่านี้สามารถใช้การคมนาคมขนส่งได้ทุกรูปแบบ นอกจากนี้ยังมีผู้ให้ความหมายการท่องเที่ยว หมายถึงการเดินทางไปสู่สถานที่ต่างๆ เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อการศึกษา การแลกเปลี่ยนทางศิลปวัฒนธรรม การประชุม การแสดง ธุรกิจและอื่นๆ

นักวิชาการให้ความหมายไว้ว่า การท่องเที่ยว (Tourism) หมายถึง ผลรวมของปรากฏการณ์และความสัมพันธ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นมาจากปฏิสัมพันธ์ของนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบธุรกิจ รัฐบาลผู้เป็นเจ้าองบ้านและชุมชนผู้เป็นเจ้าของบ้าน ในกระบวนการดึงดูดใจและต้อนรับขับสู้นักท่องเที่ยว และผู้มาเยือนอื่นๆ

1. ประเภทของการท่องเที่ยว หมายถึง ประสบการณ์ในการท่องเที่ยว กล่าวคือ ในการจำแนกที่หมายปลายทางทางการท่องเที่ยวหรือแหล่งท่องเที่ยว สามารถแบ่งออกเป็นประเภทของประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวได้เป็น 7 ประเภท ได้แก่

1) *การท่องเที่ยวเพื่อสันทนาการ* (Recreational Tourism) เป็นการเข้าร่วมในการแข่งขันกีฬา เล่นกีฬา แช่น้ำพุแร่รักษาโรค การอาบแดด และการสมาคมกันในสิ่งแวดล้อมที่ผ่อนคลายจิตใจสถานที่ดังกล่าว เช่น ชายทะเล สนามกอล์ฟ สนามเทนนิส ฯลฯ

2) *การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล* (Intensive Tour) เป็นการท่องเที่ยวจัดขึ้นเพื่อเป็นรางวัลพนักงาน เป็นสวัสดิการของหน่วยงาน และบริษัทห้างร้านต่างๆ เพื่อดูงาน การสันทนาการ โดยหน่วยงานเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายทั้งหมด

3) *การท่องเที่ยวเพื่อชมประวัติศาสตร์* (Histoical Tourism) เป็นการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานและโบสถ์เก่าๆ ที่เน้นความรุ่งเรืองในอดีต อาจเป็นการเยือนอนุสาวรีย์ โบสถ์ วิหาร วังต่างๆ ชมการแสดงแสงเสียงเหตุการณ์เด่นในอดีตกาล

4) *การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ*(Business Tourism) มีลักษณะเด่นคือ การประชุมหรือพบปะกัน หรือการสัมมนา ซึ่งมักจะรวมการท่องเที่ยวประเภทอื่นๆด้วย

5) *การท่องเที่ยวเพื่อชมวัฒนธรรม* (Cultuer Tourism) เป็นการเดินทางเพื่อสัมผัส และในบางครั้งเข้าร่วมวิถีชีวิตเก่าๆที่หาได้ยาก ท้องถิ่นเก่าๆ ที่มีความน่าสนใจ เป็นที่ดึงดูดความสนใจ เช่น เครื่องแต่งกายตามประเพณี การเริงระบำพื้นบ้าน การแสดงศิลปะและหัตถกรรมโบราณ ฯลฯ

6) *การท่องเที่ยวเพื่อชาติพันธุ์* (Ethnic Tourism) เป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ที่จะสังเกตเห็น แสดงออกทางวัฒนธรรมและแบบแผนการใช้ชีวิตของประชากรต่างเผ่าพันธุ์ ซึ่งรวมทั้งการไปเยือนบ้านเกิดเมืองนอน การเข้าร่วมกิจกรรมรำฟ้อน และเข้าร่วมพิธีทางศาสนา

7) *การท่องเที่ยวเพื่อสิ่งแวดล้อม*(Environmental Tourism) คล้ายกคลึงกับการท่องเที่ยวชาติพันธุ์ แต่เน้นสิ่งดึงดูดใจที่เป็นธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมมากกว่าที่เน้นชาติพันธุ์มนุษย์ การกลับคืนสู่ธรรมชาติ และการชื่นชมต่อความสัมพันธ์ของผู้คนกับพื้นพิภพ ซึ่งรวมทั้งการถ่ายภาพ การเดินทางไกล การปีนเขา การล่องเรือเล็กและการตั้งแคมป์

2.1.3 ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ หมายถึง การท่องเที่ยวที่มีท่าทีในการอนุรักษ์ (Conservation) การอนุรักษ์มีความหมายในการร่วมกันป้องกันรักษาให้คงเดิม โดยจะเป็นการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวทุกประเภท คือธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม ที่มีรูปแบบ อนุรักษ์โดยองค์กรที่รับผิดชอบ หรือโดยนักท่องเที่ยว อีกทั้งยังมีวิธีการที่ การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ มุ่งเน้นการจัดการและบริหารทรัพยากร ให้คงมีอยู่อย่างยั่งยืนตามนโยบายการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ซึ่งทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เป็นประเด็นที่ได้รับความสนใจมากที่สุดในปัจจุบัน ทั้งในระดับท้องถิ่น ระดับประเทศ จนถึงระดับนานาชาติ ทั้งนี้เพราะมีการนำทรัพยากรมาใช้อย่างมากมาย จนทำ

ให้เสียสมดุลของธรรมชาติ และส่งผลต่อการดำรงชีวิต และพัฒนาประเทศได้อย่างต่อเนื่อง จึงกำหนดเป็นนโยบายการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในช่วงของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

1. บทนิยามของการเที่ยวเชิงอนุรักษ์

การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เป็นแนวความคิดที่พึ่งปรากฏขึ้นเมื่อไม่นานมานี้ และยังมีการใช้คำภาษาอังกฤษอื่นๆที่ให้ความหมายเช่นเดียวกัน ที่สำคัญได้แก่ Nature Tourism, Biotourism, Green Tourism เป็นต้น อย่างไรก็ตาม การท่องเที่ยวดังกล่าวล้วนแต่เป็นการบ่งบอกถึง การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (sustainable tourism) ซึ่งจากการประชุม Globe 1990 ณ ประเทศแคนาดาได้ให้คำจำกัดความของการท่องเที่ยว แบบยั่งยืนว่า "การพัฒนาที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและผู้เป็นเจ้าของท้องถิ่นในปัจจุบัน โดยมีการปกป้องและสงวน รักษาโอกาสต่างๆของอนุชนรุ่นหลังด้วย

2. บทนิยามที่สามารถกระทำได้

1) Ceballos Lascurain (1991) อาจจะเป็นคนแรกที่ได้ให้คำจำกัดความของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ว่า "เป็นการท่องเที่ยว รูปแบบหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางไปยังแหล่งธรรมชาติ โดยไม่ให้เกิดการรบกวนหรือทำความเสียหายแก่ธรรมชาติ แต่มีวัตถุประสงค์ เพื่อชื่นชม ศึกษาเรียนรู้ และเพลิดเพลินไปกับทัศนียภาพ พืชพรรณ และสัตว์ป่า ตลอดจนลักษณะทางวัฒนธรรมที่ปรากฏในแหล่งธรรมชาติเหล่านั้น
2) Elizabeth Boo (1991) ให้คำจำกัดความการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ว่า "การท่องเที่ยวแบบอิงธรรมชาติที่เอื้อประโยชน์ต่อ การอนุรักษ์ อันเนื่องมาจากการมีเงินทุนสำหรับการปกป้องดูแลรักษาพื้นที่ มีการสร้างงานให้กับชุมชนหรือท้องถิ่น พร้อมทั้งให้การศึกษาและ สร้างจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อม"

3. แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

การเปลี่ยนแปลงทิศทางของการท่องเที่ยวได้เริ่มขึ้น อย่างเป็นรูปธรรมในราวคริสต์ศักราชที่ 1980 ที่มีการนำเสนอทางเลือกใหม่ของการท่องเที่ยว (Alternative Tourism) ในรูปแบบการนำเสนอ (label หรือ form ต่าง ๆ) เช่น Appropriate,Solf,Green,Sustainable และ Ecotourism เป็นต้น ซึ่ง Ecotourism เป็นรูปแบบที่ขยายตัวอย่างรวดเร็วในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว สำหรับประเทศไทย Ecotourism เป็นทางเลือกที่หลายฝ่าย เห็นว่ามีความเหมาะสมในการ พัฒนาเป็นรูปแบบหลักและให้มีการจัดการที่เหมาะสมต่อไป

2.1.4. แนวทางการส่งเสริมการเที่ยวเชิงอนุรักษ์

การพัฒนาการท่องเที่ยวทำให้การท่องเที่ยวของประเทศต่าง ๆ ทั่วโลกเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว ในช่วงเวลา 3 ทศวรรษที่ผ่านมา และจะเจริญเติบโตต่อไปอย่างไม่หยุดยั้ง การท่องเที่ยวนับเป็น อุตสาหกรรมที่สร้างรายได้อย่างมหาศาลให้แก่ประเทศต่าง ๆ โดยเฉพาะประเทศไทยเรามีรายได้ ที่เป็นเงินตราต่างประเทศจากการท่องเที่ยวเป็นอันดับหนึ่ง มาตั้งแต่ปี พ.ศ.2525 จนถึงปัจจุบัน แต่การเจริญเติบโตของการท่องเที่ยวเจริญเติบโตอย่างมีขอบเขต เพื่อเป็นหลักประกันว่าการท่องเที่ยวจะสร้างรายได้ และในขณะเดียวกันก็ช่วยอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมหรือกระทบต่อสภาพแวดล้อมให้น้อยที่สุด มิฉะนั้นการท่องเที่ยวก็จะถูกทำลายไม่สามารถเป็นอุตสาหกรรมที่ยั่งยืนอีกต่อไป ในปัจจุบันมีกระแส เรียกร้องให้อนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวทวีความรุนแรงและต่อเนื่อง มีการโจมตีการท่องเที่ยว ว่าเป็นอุตสาหกรรมที่ก่อผลเสียต่อสภาพแวดล้อม ทั้งของแหล่งท่องเที่ยวและวัฒนธรรมชุมชน จึงเกิดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (Ecotourism) ขึ้นมา

บทบาทของรัฐบาลในการส่งเสริม

1) รัฐบาลควรทำการศึกษาวิจัยถึงผลกระทบของการท่องเที่ยวที่มีต่อเศรษฐกิจ วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม เพื่อนำมาใช้ในการวางแผนแม่บทส่งเสริมพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์อย่างจริงจัง โดยคำนึงถึง 2 ด้านพร้อมกันไป คือ ด้านความเป็นไปได้ในการประกอบธุรกิจการท่องเที่ยว และด้านการ ป้องกันผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากการท่องเที่ยว
2) รัฐบาลควรร่วมมือกับธุรกิจการท่องเที่ยวภาคเอกชนในการส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ มากขึ้น โดยจัดตั้งคณะกรรมการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์มากขึ้น โดยจัดตั้งคณะกรรมการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่มีภาคเอกชนเข้าร่วมด้วย
3) รัฐบาลควรให้ความสำคัญกับการศึกษาและปลูกฝังจิตสำนึกของคนในชาติต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว เชิงอนุรักษ์ โดยแทรกการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ไว้ในหลักสูตรทุกระดับ และสนับสนุนให้เปิด หลักสูตรการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ขึ้นในระดับอุดมศึกษา
4) รัฐบาลควรออกกฎหมายในการควบคุมดูแลผลกระทบที่จะเกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวและนำกฎหมาย มาใช้อย่างเคร่งครัด เพื่อเป็นหลักประกันในด้านความสงบเรียบร้อย และสุนทรียภาพของทรัพยากร ทางการท่องเที่ยว
5) รัฐบาลควรกำหนดมาตรฐานการออกแบบก่อสร้าง พร้อมทั้งระบบตรวจสอบขีดความสามารถ ในการรองรับนักท่องเที่ยว (Carrying Capacity) ของแต่ละพื้นที่

การท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอ และมีมาตรการปรับเปลี่ยนเพื่อให้เหมาะสมกับแต่ละพื้นที่ด้วย

- **นโยบายหลักของการท่องเที่ยว**
  1) ส่งเสริมชักจูงให้นักท่องเที่ยวจากต่างประเทศเดินทางมาสู่ประเทศไทย เพื่อให้ได้มาซึ่งรายได้เป็น เงินตราต่างประเทศ เข้าเพิ่มพูนเศรษฐกิจส่วนรวมโดยรีบด่วน
  2) ขยายแหล่งท่องเที่ยวให้กระจายไปในท้องถิ่น เพื่อเป็นการกระจายรายได้จากการท่องเที่ยว ให้ถึงประชากรในทุกภูมิภาค
  3) อนุรักษ์และฟื้นฟูสมบัติวัฒนธรรม ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม เพื่อให้คงความเป็นเอกลักษณ์ ของไทยได้ด้วยดีที่สุด
  4) พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการด้านการท่องเที่ยวให้มีมาตรฐานที่ดี เพื่อสร้างความประทับใจ ให้แก่นักท่องเที่ยวที่มาเยือนให้มากขึ้น
  5) เพิ่มความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศให้สามารถเดินทางไปสู่จุดหมาย ปลายทางต่าง ๆ ในประเทศไทยด้วยความมั่นใจในความปลอดภัยของร่างกายและทรัพย์สินของ ตนและหมู่คณะ
  6) ส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวของคนไทยภายในประเทศ โดยเฉพาะกลุ่มผู้มีรายได้น้อยและเยาวชน เพื่อเป็นการเพิ่มสวัสดิการด้านการท่องเที่ยวแก่คนไทย
  7) เสริมกำลังคนที่เป็นคนไทยเข้าทำงานในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้มากที่สุด
  8) ส่งเสริมให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมอันเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างกว้าง ขวางยิ่งขึ้น

- **บทบาทของนักท่องเที่ยว**
  1) นักท่องเที่ยวควรเลือกใช้บริการของผู้ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวที่แสดงให้เห็นถึงความร่วมมือ สนับสนุนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์
  2) นักท่องเที่ยวควรท่องเที่ยวอย่างมีจิตสำนึกต่อสิ่งแวดล้อม โดยไม่ทำลายทรัพยากรทางการท่องเที่ยว ทั้งที่รู้และรู้เท่าไม่ถึงการณ์ พร้อมทั้งระมัดระวังพฤติกรรมที่อาจมีผลเสียต่อวัฒนธรรมและ สิ่งแวดล้อมท้องถิ่นนั้น ๆ

3) นักท่องเที่ยวควรปฏิบัติตามกฎข้อบังคับ และข้อแนะนำของแหล่งท่องเที่ยวที่ไป ท่องเที่ยวอย่าง เคร่งครัด และควรศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวนั้นล่วงหน้า เพื่อจะได้ช่วยอนุรักษ์ ให้คงอยู่คู่การท่องเที่ยวให้นานที่สุดเท่าที่จะนานได้
4) นักท่องเที่ยวควรงดซื้อสินค้าหรือบริการที่ทำลายนิเวศวิทยาและวัฒนธรรมของ ท้องถิ่นนั้น เช่นสัตว์ป่า โบราณวัตถุ ปะการัง เป็นต้น
5) นักท่องเที่ยวควรให้ความร่วมมือกับรัฐบาลและผู้ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวใน โครงการหรือกิจกรรม ที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ให้ท้องถิ่นที่ไปท่องเที่ยว

- **วัตถุประสงค์ของการเที่ยวเชิงอนุรักษ์**

1) เพื่อให้มีการใช้ประโยชน์ทรัพยากรธรรมชาติควบคู่ไปกับการฟื้นฟูและบูรณะให้ ทรัพยากรธรรมชาติมีความอุดมสมบูรณ์ รวมทั้งควบคุมรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม ให้สามารถสนับสนุนการพัฒนาทางเศรษฐกิจและคุณภาพชีวิตได้อย่างยั่งยืน
2) เพื่อให้การจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ เกิดความสมดุลทั้งในด้านระบบนิเวศวิทยาและสภาพแวดล้อม โดยใช้ความ ร่วมมือจากหลายฝ่าย เพื่อให้ประชาชนและชุมชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมมากขึ้นใน การจัดการทรัพยากรธรรมชาติ และดูแลรักษาสภาวะแวดล้อมในท้องถิ่นของ ตนเอง ด้วยการสนับสนุนจากภาครัฐ นักวิชาการ องค์กรพัฒนาเอกชน และระดับ การธุรกิจ

2.2. ข้อมูลเกี่ยวกับทฤษฎีการออกแบบ ในเรื่องที่ทำการวิจัย

2.2.1 หลักและทฤษฎีในการออกแบบ

องค์ประกอบงานกราฟิก (Element of Design)

องค์ประกอบหลัก ๆ ในงานกราฟิกจะแบ่งออกเป็น 8 ชนิดคือ เส้น, รูปร่าง, รูปทรง, น้ำหนัก, พื้นผิว, ที่ว่าง, สี และตัวอักษร

ภาพที่ 1 องค์ประกอบกราฟิก

ที่มา : http://www.km-web.rmutt.ac.th/?wpfb_dl=2

1 เส้น (Line)

ภาพที่ 2 เส้น

ที่มา : http://www.km-web.rmutt.ac.th/?wpfb_dl=2

ลักษณะของเส้น (Line) แบบต่าง ๆ ตามตารางมาตรฐานแล้วจะพูดถึงเรื่องนี้ว่าเป็นเรื่องของจุด เส้น ระนาบ หากเข้าใจง่าย ๆ ก็เพียงแต่เข้าใจว่าความหมายของเส้นก็คือ การที่จุดหลาย ๆ จุด ถูกนำมาวางต่อเนื่องจน กลายเป็นเส้นรูปทรงต่าง ๆ ขึ้นมา รูปทรงของเส้นที่จะสื่อออกมาถึงความรู้สึกที่แตกต่างกันออกไป

- เส้นแนวนอน ให้ความรู้สึกสงบ ราบเรียบ

- เส้นตรงแนวตั้ง ให้ความรู้สึกมั่นคงแข็งแรง
- เส้นทแยง ให้ความรู้สึกไม่มั่นคง รวดเร็ว แสดงถึงเคลื่อนไหว
- เส้นตัดกัน ให้ความรู้สึกประสาน แข็งแกร่ง หนาแน่น
- เส้นโค้ง ให้ความรู้สึกอ่อนช้อย อ่อนน้อม
- เส้นประ ให้ความรู้สึก โปร่ง ไม่สมบูรณ์ หรือในบางกรณีอาจจะใช้เป็นสัญลักษณ์ในการแสดงถึงส่วนที่ถูก

ซ่อน เอาไว้

- เส้นโค้งก้นหอย ให้ความรู้สึกเคลื่อนไหวไม่มีที่สิ้นสุด
- เส้นโค้งแบบคลื่น ให้ความรู้สึกถึงการเคลื่อนไหวอย่างนิ่มนวล
- เส้นซิกแซ็ก ให้ความรู้สึก น่ากลัว อันตราย

ส่วนใหญ่แล้วเส้นจะมีอยู่ทุกๆ งานออกแบบ โดยถูกนำไปใช้ร่วมกับองค์ประกอบต่างๆ จนสื่อถึงอารมณ์ของ ผลงานออกมาได้ ในแบบที่ต้องการ ดังนั้น การเลือกใช้เส้นเข้ามาเป็นส่วนประกอบในงานของเราจึงถือว่าเป็นสิ่งที่ต้อง คำนึงถึงเป็นอันดับแรก

.2 รูปร่าง (Shape) รูปทรง (Form) น้ำหนัก (Value)

ภาพที่ 3 รูปร่าง รูปทรง น้ำหนัก

ที่มา : http://www.km-web.rmutt.ac.th/?wpfb_dl=2

รูปร่าง : เป็นองค์ประกอบต่อเนื่องมาจากเส้น เกิดจากการนำเส้นแบบต่างๆ มาต่อกันจนได้รูปร่าง 2 มิติที่มีความ กว้างและความยาว (หรือความสูง) ในทางศิลปะจะแบ่งรูปร่างออกเป็น 2 แบบคือ รูปร่างที่คุ้นตา แบบที่เห็นแล้วรู้เลย ว่านั่นคืออะไร เช่นดอกไม้ หรือคน และอีกแบบ

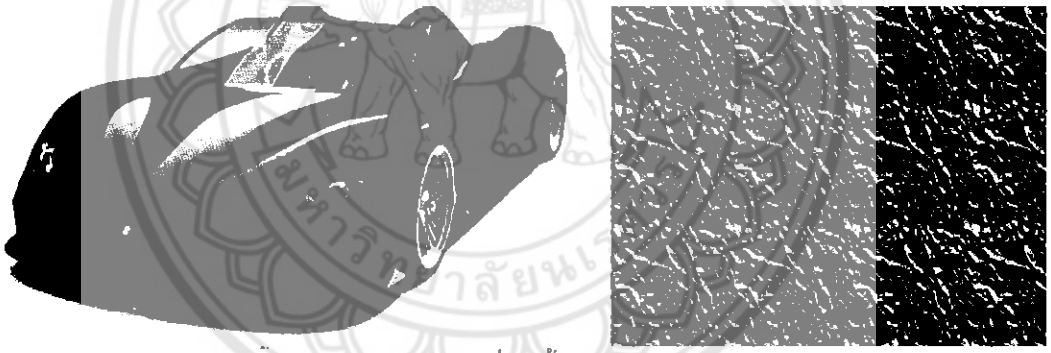
หนึ่งจะเป็นรูปร่างแบบฟรีฟอร์ม เป็นแนวที่ใช้รูปร่างสื่อความหมายที่ จินตนาการไว้ออกมา ไม่มีรูปทรงที่แน่นอน แต่ดูแล้วเกิดจินตนาการถึงอารมณ์ที่ต้องการสื่อได้

รูปทรง : เป็นรูปร่างที่มิติเพิ่มขึ้นมากลายเป็นงาน 3 มิติคือ มีความลึกเพิ่มเข้ามาด้วย

น้ำหนัก : เป็นส่วนที่มาเสริมให้ดูออกว่ารูปทรงมีน้ำหนักขนาดไหนเบา หรือหนัก ทึบ หรือโปร่งแสง น้ำหนักจะเกิด จากการเติมสีและแสงแรเงาลงไปในรูปทรงจนได้ผลลัพธ์ออกมาตามที่ต้องการ

ในการทางานกราฟิกรูปร่างจะมีผลอย่างมากต่ออารมณ์ของงาน เช่น ถ้าต้องการงานที่อารมณ์ผู้หญิงจัด ๆ เพียงแค่ใส่รูปของดอกไม้ลงไปก็จะสามารถแสดงอารมณ์ได้อย่างชัดเจน หรือในงานที่ต้องการให้มีมิติมากขึ้นก็อาจจะ เป็นรูปทรงของดอกไม้ในมุมมองที่แปลกตา ก็จะสามารถสื่ออารมณ์ที่ต้องการออกไปได้พร้อมกับเป็นการสร้างความ น่าสนใจเพิ่มขึ้นมาอีกด้วย

3 พื้นผิว (Texture)

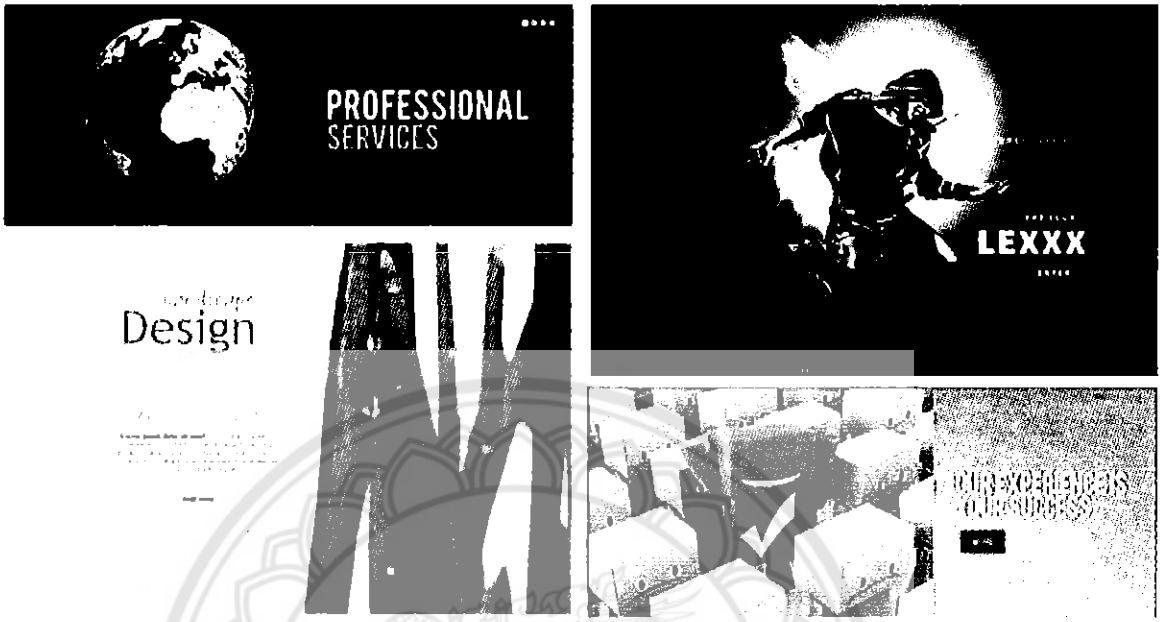


ภาพที่ 4 พื้นผิว

ที่มา : http://www.km-web.rmutt.ac.th/?wpfb_dl=2

ในงานออกแบบกราฟิก พื้นผิวจะเป็นอีกหนึ่งองค์ประกอบที่ช่วยสื่ออารมณ์ของงานออกมาได้ชัดเจนมากขึ้น เช่น ถ้าเราเลือกพิมพ์งานลงในกระดาษ Glossy ที่เงาและแวววาว งานนั้นจะสื่อกอกไปได้ทันทีว่า "หรู มีระดับ" หรือ ถ้าเราใส่ลวดลายที่ดูคล้าย ๆ สนิม หรือรอยเปื้อนลงไปในงานก็จะสื่อได้ทันทีถึง "ความเก่า" ดังนั้นในการทำงาน เลือกสร้างพื้นผิวทั้งในองค์ประกอบต่าง ๆ ที่ใส่ลงไปในภาพ รวมทั้งวัสดุที่ใช้พิมพ์งานดังกล่าวลงไป ก็ จะสามารถช่วยสื่อความหมายที่ต้องการได้อย่างเหมาะสม

.4 พื้นที่ว่าง (Space)

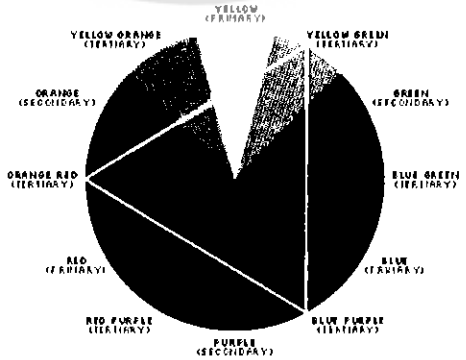


ภาพที่ 5 พื้นที่ว่าง

ที่มา : http://www.km-web.rmutt.ac.th/?wpfb_dl=2

อาจจะจะเกิดจากความตั้งใจหรือไม่ตั้งใจของนักออกแบบก็ได้ ที่ว่างไม่ได้หมายความถึงพื้นที่ว่างเปล่าในงาน เพียงอย่างเดียว แต่หมายถึงรวมไปถึงพื้นที่ที่ไม่สำคัญหรือ Background ด้วย ในการออกแบบงานกราฟิกที่ว่างจะเป็น ตัวช่วยในงานดูไม่หนักจนเกินไป และถ้าควบคุมพื้นที่ว่างนี้ให้ดี ๆ ที่ว่างก็จะเป็นตัวที่ช่วยเสริมจุดเด่นให้เห็นได้ชัดเจน มากขึ้น

5 สี (Color)

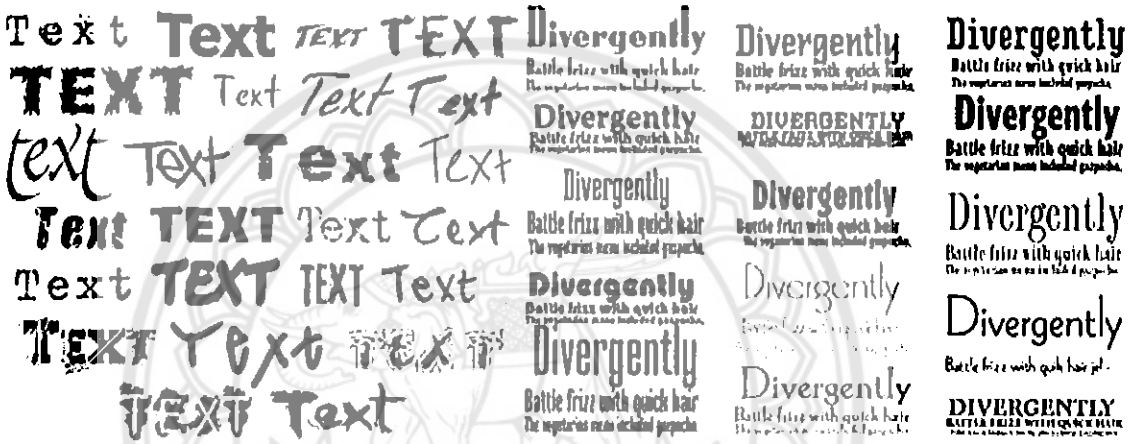


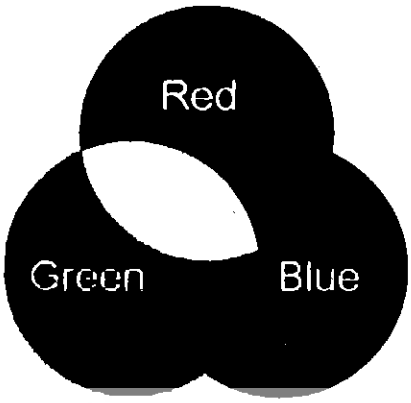
ภาพที่ 6 วงจรสี

ที่มา : http://www.km-web.rmutt.ac.th/?wpfb_dl=2

สีของงานกราฟิก ถือเป็นหัวใจหลักสำคัญเลยก็ว่าได้ เพราะการเลือกใช้สีจะแสดงถึงอารมณ์ที่ต้องการได้ชัดเจน มากกว่าส่วนประกอบอื่นๆ ทั้งหมด เช่น สีโทนร้อน สำหรับงานที่ต้องการความตื่นเต้น ท้าทาย หรือสีโทนเย็นสำหรับ งานต้องการให้ดูสุภาพ สบายๆ สำหรับเรื่องสีเป็นเรื่องที่ต้องพูดถึงละเอียดมากกว่าหัวข้ออื่น ๆ ดังนั้นจึงขอยกไป อธิบายไว้เป็นเรื่องใหญ่ๆ ในหัวข้อต่อไป

6 **ตัวอักษร** (Type)

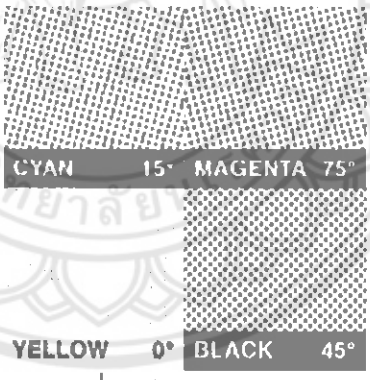

Text Text TEXT TEXT
TEXT Text Text Text
text Text Text Text
Text TEXT Text Text
Text TEXT TEXT Text
Text Text Text
Text Text
Divergently
Battle frizz with quick hair
Divergently
Battle frizz with quick hair
Divergently
Battle frizz with quick hair



ภาพที่ 8 สี RGB

ที่มา : http://www.km-web.rmutt.ac.th/?wpfb_dl=2

● สีที่เกิดจากแสง เกิดจากการหักเหของแสงผ่านแท่งแก้วปริซึมมี 3 สีคือ สี แดง (Red), สีเขียว (Green) และสีน้ำเงิน (Blue) เรียกรวมกันว่า RGB นำมาผสมกัน จนเกิดเป็นสีสันต่าง ๆ มากมาย ตัวอย่างอุปกรณ์ที่ใช้แหล่งกำเนิดสีแบบนี้ เช่น โทรทัศน์หรือจอคอมฯ ของเรานั่นเอง



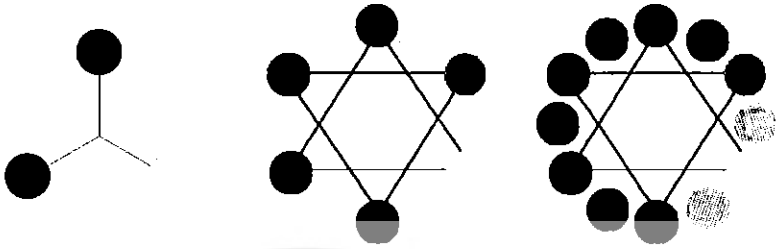
ภาพที่ 9 สี CMYK

ที่มา : http://www.km-web.rmutt.ac.th/?wpfb_dl=2

● สีเกิดจากหมึกสีในการพิมพ์เกิดจากการผสมหมึกพิมพ์ทั้ง 4 สีในเครื่องพิมพ์ คือ สีฟ้า, สีม่วงแดง, สีเหลือง และสีด า เรียกรวมกันว่า CMYK จนได้ออกมาเป็นสีสันต่างๆ ตามที่ต้องการในการทำงานกราฟิก ถ้าหากว่าเป็นงานที่นำไปพิมพ์ตามแท่นพิมพ์แล้ว นักออกแบบก็ควรจะเลือกใช้โหมดสีแบบนี้ทุกครั้ง เพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่ออกมาตรงกับที่เห็นในจอคอมฯ ที่ทำงานอยู่

● สีที่เกิดจากธรรมชำติเป็นสีที่ได้จากธรรมชำติจากกระบวนการสังเคราะห์ทางเคมี 3 สีคือ สีแดง สีเหลือง และสีน้ำเงิน หลังจากนั้นจึงนำมาผสมกันจนเกิดเป็นสีอื่นๆ แหล่งกำเนิดสีแบบที่เราเรียน

กันมาในคลาสศิลปะตั้งแต่ เด็กจนโต ที่เรียกกันว่าแม่สีก็คือสีแบบนี้นั่นเอง การผสมสีไว้ใช้งานจะใช้งานจะใช้วิธีผสมจากสีที่เกิดจากสีที่เกิดธรรมชาติ โดยเริ่มผสมจากแม่สี หรือสีขั้นที่หนึ่ง ไปจนเป็นสีขั้นที่สองและขั้นที่สามตากลำดับภาพแต่ละสีมีความหมายอย่างไร?



^ สีขั้นที่ ๑ ^ สีขั้นที่ ๒ ^ สีขั้นที่ ๓

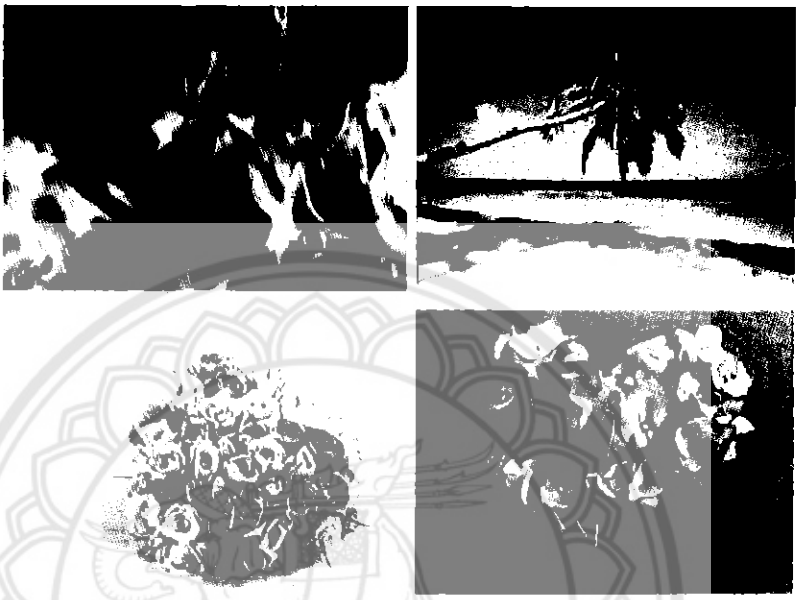
ภาพที่ 10 ขั้นของสี

ที่มา : http://www.km-web.rmutt.ac.th/?wpfb_dl=2

หลังจากรู้จักการผสมสีกันไปแล้ว ต่อไปก็จะต้องมารู้จักกับจิตวิทยาของสีที่จะมีผลต่ออารมณ์ของผู้พบเห็นกันสีอะไร ให้ความรู้สึกอย่างไรบ้าง เราจะมาดูกันตามรายละเอียดต่อไปนี้

- สีแดง ให้ความรู้สึกอันตราย เร่าร้อน รุนแรง มั่นคง อุดมสมบูรณ์
- สีส้ม ให้ความรู้สึกสว่าง เร่าร้อน ฉูดฉาด
- สีเหลือง ให้ความรู้สึกสว่าง สดใส สดชื่น ระวัง
- สีเขียว ให้ความรู้สึกงอกงาม พักผ่อน สดชื่น
- สีน้ำเงิน ให้ความรู้สึกสงบ ผ่อนคลาย สง่างาม ทึม
- สีม่วง ให้ความรู้สึกหนัก สงบ มีเลศนัย
- สีน้ำตาล ให้ความรู้สึกเก่า หนัก สงบเงียบ
- สีขาว ให้ความรู้สึกบริสุทธิ์ สะอาด ใหม่ สดใส
- สีดำ ให้ความรู้สึกหนัก หดหู่ เศร้าใจ ทึบตัน
- สีทองเงินและสีมันวาว แสดงถึงความรู้สึกมั่นคง
- สีดำกับสีขาว แสดงถึงความรู้สึกทางอารมณ์ที่ถูกกดดัน
- สีเทาป่านกลาง แสดงถึงความนิ่งเฉย สงบ
- สีเขียวแก่ผสมสีเทา แสดงถึงความสลด รันทดใจ ชรา
- สีสดและสีบาง ๆ ทุกชนิด แสดงความรู้สึก กระชุ่มกระชวย แจ่มใส

ความรู้สึกเกี่ยวกับสีที่กล่าวมาจะเป็นความรู้สึกแบบกลาง ๆ ที่เป็นส่วนใหญ่ในโลก แต่นอกจากที่กล่าวมาแล้ว ในบางพื้นที่หรือบางวัฒนธรรม อิทธิพลของสีจะแตกต่างกันออกไปตามประสบการณ์ของแต่ละบุคคล วัฒนธรรม ประเพณี ขนบธรรมเนียม หรือค่านิยมของแต่ละกลุ่มชน



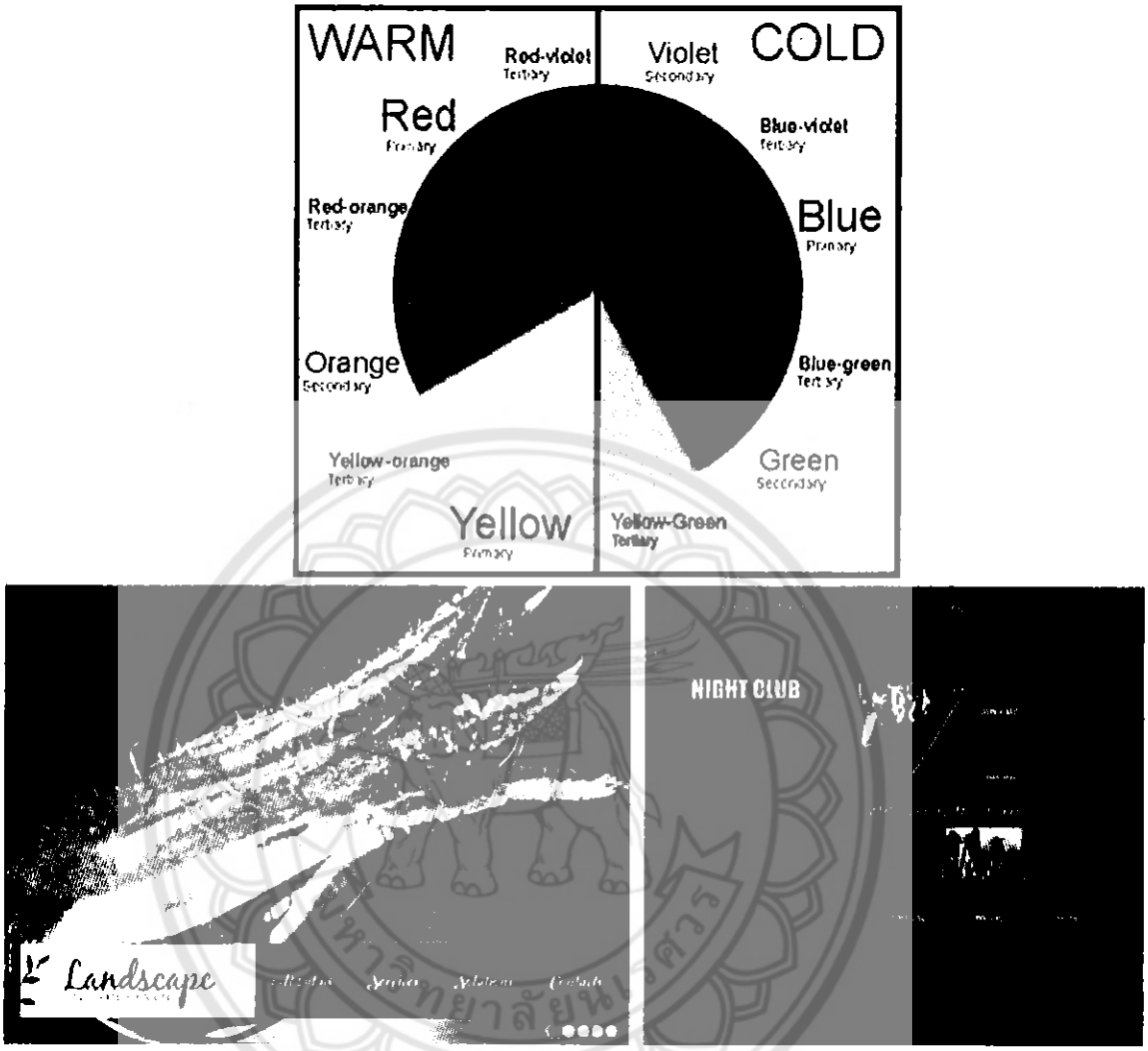
ภาพที่ 11 ตัวอย่างภาพที่ออกแบบโดยการเลือกใช้สีต่าง ๆ

ที่มา : http://www.km-web.rmutt.ac.th/?wpfb_dl=2

นอกจากแต่ละสีจะสร้างความรู้สึกด้วยตนเองแล้ว เมื่อนำมาใช้ร่วมกันเรายังสามารถแบ่งสีออกเป็น 2 วรรณะ เพื่อ สร้างอารมณ์ที่แตกต่างกันออกไปเมื่อใช้งานร่วมกันได้อีกคือ

● สีที่อยู่ในวรรณะร้อน (Warm Tone Color) ได้แก่ สีเหลืองส้ม สีส้ม สีแดง และสีม่วงแดง สีกลุ่มนี้เมื่อใช้ใน งานจะรู้สึกอบอุ่น ร้อนแรง สนุกสนาน

● สีที่อยู่ในวรรณะ (Cool Tone Color) ได้แก่ สีเขียว สีฟ้า สีม่วงคราม สีกลุ่มนี้เมื่อใช้งานจะได้ความรู้สึกสด ชื่น เย็นสบาย การแบ่งสีออกเป็นสีโทนร้อนและสีโทนเย็น



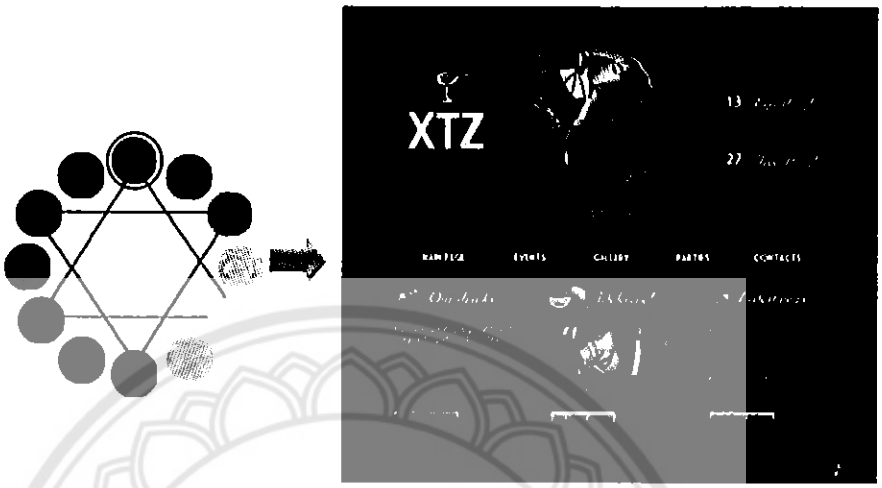
ภาพที่ 12 ภาพตัวอย่างงานออกแบบสีโทนเย็น และสีโทนร้อน

ที่มา : http://www.km-web.rmutt.ac.th/?wpfb_dl=2

เทคนิคการนำสีไปใช้งาน

เทคนิคการนำสีไปใช้งานมีอยู่มากมายหลายวิธี แต่ทุกวิธีจะชี้ไปที่วัตถุประสงค์เดียวหลักๆ คือ ใช้สีเพิ่มความโดดเด่นให้กับจุดเด่นในภาพ และใช้สีตกแต่งส่วนอื่นๆ ของภาพให้ได้ภาพรวมออกมาในอารมณ์ที่ต้องการ เทคนิคการเลือกสีจะมีสูตรสำเร็จให้เลือกใช้งานอยู่บ้าง คือ วิธีโยงความสัมพันธ์จากวงล้อสี ก่อนทำงานทุกครั้ง และให้เปิดไฟล์วงล้อสีขึ้นมา แล้วเลือกสีหลักๆ สำหรับใช้ในการทำงานก่อน เทคนิคการเลือกใช้สีแบบสูตรสำเร็จจะมีอยู่หลายรูปแบบ แต่แบบที่นิยมมี 4 รูปแบบ คือ

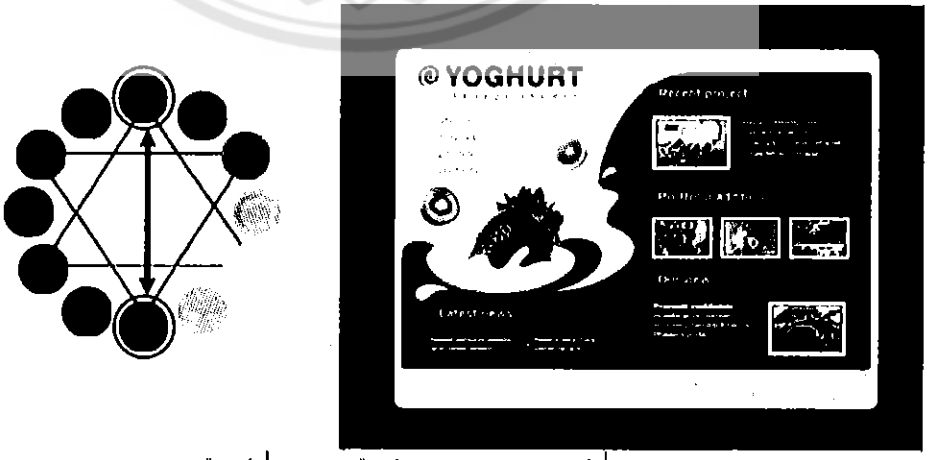
● Mono หรือเอกรงค์ จะเป็นการใช้สีที่ไปในโทนเดียวกันทั้งหมด เช่น จุดเด่นเป็นสีแดง สีส่วนที่เหลือก็จะเป็นสี ที่ใกล้เคียงกับสีแดง โดยใช้วิธีลดน้ำหนักความเข้มของสีแดงลงไป



ภาพที่ 13 Mono หรือเอกรงค์

ที่มา : http://www.km-web.rmutt.ac.th/?wpfb_dl=2

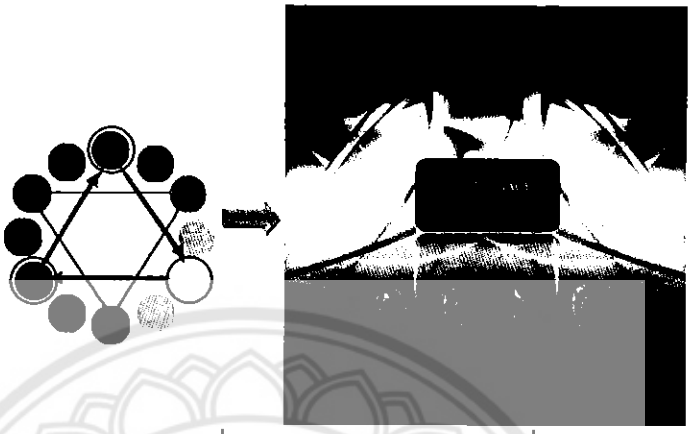
● Complement คือ สีที่ตัดกันหรือสีตรงกันข้าม เป็นสีที่อยู่ตรงข้ามกันในวงจรสีเช่น สีฟ้าจะตรงข้ามกับสีส้ม หรือสีแดงจะตรงข้ามกับสีเขียว สามารถนำมาใช้งานได้หลายอย่าง และก็สามารถส่งผลได้ทั้งดีและไม่ดี หากไม่รู้หลักพื้นฐานในการใช้งาน การใช้สีตรงข้ามหรือสีตัดกัน ไม่ควรใช้ในพื้นที่ปริมาณเท่ากันในงาน ควรใช้สีใดสีหนึ่งจำนวน 80% อีกฝ่ายหนึ่งต้องเป็น 20% หรือ 70-30 โดยประมาณ บนพื้นที่ของงานโดยรวม จะทำให้ความตรงข้ามกันของ พื้นที่น้อยกลายเป็นจุดเด่นของภาพ



ภาพที่ 14 Complement คือ สีที่ตัดกันหรือสีตรงกันข้าม เป็นสีที่อยู่ตรงข้ามกันในวงจรสี

ที่มา : http://www.km-web.rmutt.ac.th/?wpfb_dl=2

● Triad คือ การเลือกสีสามสีที่ระยะห่างเท่ากันเป็นสามเหลี่ยมด้านเท่ามาใช้งาน



ภาพที่ 15 Triad คือ การเลือกสีสามสีที่ระยะห่างเท่ากันเป็นสามเหลี่ยมด้านเท่ามาใช้งาน

ที่มา : http://www.km-web.rmutt.ac.th/?wpfb_dl=2

● Analogicหรือสีข้างเคียงกัน การเลือกสีใดสีหนึ่งขึ้นมาใช้งานพร้อมกับสีที่อยู่ติดกันอีกข้างละสี หรือก็คือสีสาม สีอยู่ติดกันในวงจรสีนั่นเอง

ภาพที่ 16 Analogic หรือสีข้างเคียงกัน การเลือกสีใดสีหนึ่งขึ้นมาใช้งาน

ที่มา : http://www.km-web.rmutt.ac.th/?wpfb_dl=2

ตัวอักษร (Typography)

Body & Proportion

Body หลัก ๆ จะประกอบไปด้วยตัว Body เอง และส่วนแขนขา และที่สำคัญที่สุดที่จะส่งผลถึงการเลือกใช้ งาน Font ก็คือส่วนของ "เชิง" หรือ "Serif" (ในตัว Body ของ Font อาจจะแยกย่อยได้เป็นตา หรือไหล่ได้อีก และ ในเบื้องต้นให้รู้จักกันไว้ในชื่อของ Body ก่อน)

ภาพที่ 17 Body & Proportion

ที่มา : http://www.km-web.rmutt.ac.th/?wpfb_dl=2

ส่วนของ Proportion ของ Font จะหมายถึง ลักษณะการตกแต่งเพื่อนำไปใช้งาน เช่น ตัวหนา หรือตังเอียง โดยปกติแล้ว Proportion ของ Font จะมีอยู่ 3 แบบคือ Normal คือ แบบปกติไม่ได้กำหนดอะไรเพิ่มเติม Bold คือ แบบที่เป็นตัวหนาและ Italic คือ แบบที่เป็นตัวเอียง

ภาพที่ 18 Proportion

ที่มา : http://www.km-web.rmutt.ac.th/?wpfb_dl=2

นอกจากทั้ง 3 แบบที่กล่าวมาแล้ว ในบางครั้งอาจจะเจอแบบที่ย่อยลงไปอีก เช่น Bold Italic ที่เป็นตัวหนา และเอียงหรือ Narrow ที่มีลักษณะแคบๆ ผอมๆ ก็เป็นไปได้

ภาพที่ 19 ลักษณะตัวอักษร

ที่มา : http://www.km-web.rmutt.ac.th/?wpfb_dl=2

วิธีเลือก Font ไปใช้ในงานออกแบบ

การเลือก Font ไปใช้ในงานออกแบบมีข้อควรคำนึงง่าย ๆ อยู่ 2 ข้อคือ

1. ความหมายต้องเข้ากัน หมายความว่า ความหมายของคำและ Font ที่เลือกใช้ควรจะไปด้วยกันได้ เช่น คำว่า น่ารัก ก็ควรจะใช้ Font ที่ดูน่ารักไปด้วย ไม่ควรใช้ Font ที่ดูเป็นทางการดังภาพตัวอย่าง

ภาพที่ 20 ภาพตัวอย่างการใช้ตัวอักษร

ที่มา : http://www.km-web.rmutt.ac.th/?wpfb_dl=2

2. อารมณ์ของฟอนต์และอารมณ์ของงานต้องไปในทิศทางเดียวกัน **เช่น งานที่ต้องการความน่าเชื่อถือก็จะเลือกใช้** Font แบบ Serif ที่ดูหนักแน่น น่าเชื่อถือ **ส่วนงานที่ต้องการความฉูดฉาดอย่างโปสเตอร์ลดราคาก็ควรจะเลือกใช้** Font ที่เป็นกัน**เองไม่เป็นทางการมากนักอย่าง** Font ในกลุ่ม Script เป็นต้น

ภาพที่ 21 ภาพตัวอย่างการใช้ตัวอักษร

ที่มา : http://www.km-web.rmutt.ac.th/?wpfb_dl=2

ภาพตัวอย่าง อารมณ์ของฟอนต์ และอารมณ์ของงานที่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน นอกจากการเลือก Font มาใช้งานแล้ว การวางตำแหน่งตัวอักษรก็เป็นอีกเรื่องหนึ่งที่มี

ความสำคัญกับการ ทำงานสำหรับการวางตำแหน่งตัวอักษร มีข้อควรคำนึงถึงไว้ให้อยู่ 3 ข้อ คือ

1. ธรรมชาติการอ่านของคนไทยจะอ่านจากซ้ายไปขวา และบนลงล่าง โดยมีรัศมีการกวาดสายตาตามลำดับ ดังนั้นถ้าอยากให้อ่านง่าย ควรจะวางเรียงลำดับให้ดีด้วย ไม่เช่นนั้นจะเป็นการอ่านข้ามไปข้ามมาทำให้เสีย ความหมายของข้อความไป

2. จุดเด่นควรจะมีเพียงจุดเดียว หรือพูดง่าย ๆ ก็คือ มีตัวอักษรตัวใหญ่ๆ อยู่เพียงชุดเดียว จึงจะเป็นจุดเด่นที่ มองเห็นได้ง่าย ไม่สับสน ส่วนจุดอื่น ๆ ขนาดควรจะเล็กลงมาตามลำดับความสำคัญ

3. ไม่ควรใช้ Font หลากหลายรูปแบบเกินไป จะทำให้กลายเป็นงานที่อ่านยากและชวนปวดศีรษะมากกว่าชวนอ่านถ้าจำเป็นจริงๆแนะนำให้ใช้ Font เดิมแต่ไม่ตกแต่งพวกขนาด , ความหนาหรือกำหนดให้เอียงบ้าง เพื่อเพิ่มความน่าสนใจไม่ให้งานดูน่าเบื่อแบบนี้จะดีกว่า

2.2.2 ระบบสัญลักษณ์และเครื่องหมายภาพ (Symbols & Pictograms)

1. ความหมายของสัญลักษณ์

การให้คำนิยามของศัพท์เกี่ยวข้องกับเครื่องหมาย เครื่องหมายการค้า ตรา และสัญลักษณ์นั้นมี ความสับสนอยู่มาก เพราะศัพท์เหล่านี้มีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกัน คล้ายกันและเหมือนกัน แต่ถ้าจะ แบ่งแยกให้ชัดเจนคงมีความเป็นไปได้ แต่ถ้าเป็นนักออกแบบให้ความสนใจว่าคำใดหมายความว่าอย่างไร บ้างแต่ให้รู้และมีความสามารถที่จะออกแบบสัญลักษณ์ต่างๆ ได้ถูกต้องและสมบูรณ์เมื่อลูกค้าต้องการ

สัญลักษณ์ (Symbols) มีความหมายครอบคลุมสัญลักษณ์ทุกประเภทดังที่หนังสือศัพท์บัญญัติ พร้อมคำอธิบายจากพจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถานพ.ศ. 2525 ได้อธิบายไว้ว่า "สัญลักษณ์ หมายถึง ลักษณะของสิ่งใดๆ ที่กำหนดนิยมกันขึ้นมาเองให้ใช้หมายความแทนอีกสิ่งหนึ่ง"

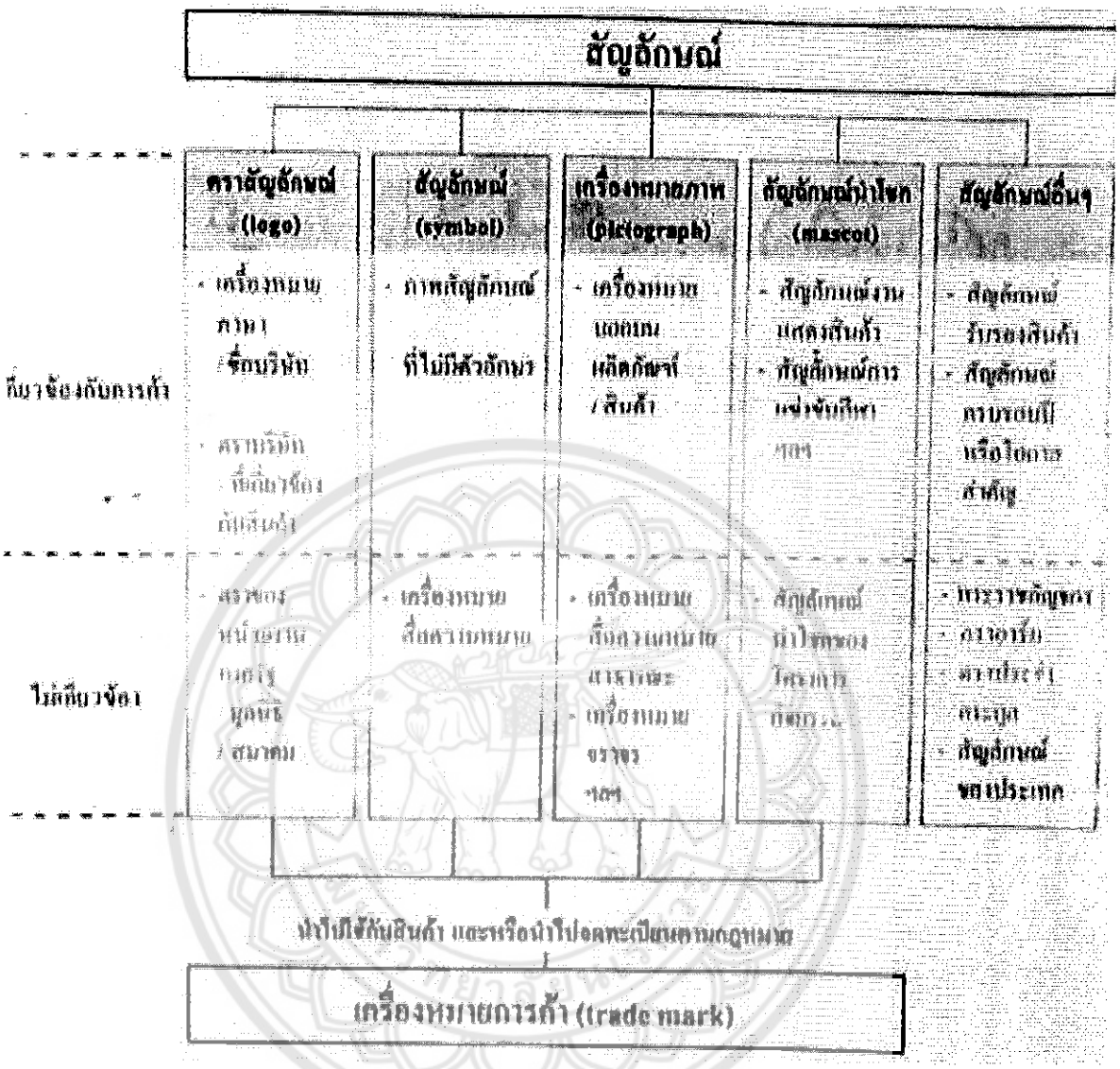
เดรย์ฟัสส์ (Dreyfuss,1972) อธิบายไว้ในทำนองเดียวกัน คือ Semantography หรือ Semiotic เป็นศัพท์ที่ใช้เรียกศาสตร์ของเครื่องหมายแสดงถึงความคิดหรือสัญลักษณ์ที่นำมาใช้แทนกัน เช่นเดียวกับตัวอักษรที่ใช้ และมีระบบมีเหตุผลเช่นเดียวกับหลักไวยากรณ์ The Oxford Enlish Dictionary (เดลเลน(Allen),1990) ให้ความหมายของคำว่า สัญลักษณ์ไว้ 2 ความหมาย คือ

- สิ่งซึ่งเป็นตัวแทนของสิ่งอื่น โดยเฉพาะอย่างยิ่งวัตถุซึ่งเป็นตัวแทนของสิ่งที่ไม่ใช่วัตถุหรือสิ่งที่ เป็นนามธรรม
- ตัวอักษรที่เขียนขึ้นหรือเครื่องหมาย (Mark) ที่ใช้เป็นตัวแทนบางสิ่งบางอย่าง เช่น ตัวอักษร รูปร่าง หรือเครื่องหมายแทนวัตถุกระบวนการบางอย่าง เป็นต้น

-

2. ประเภทของสัญลักษณ์

มนุษย์กำหนดสิ่งที่ใช้แทนต่างๆขึ้น เพื่อประโยชน์ของการสื่อสารต่อกันในกลุ่มชนของตน และ สัญลักษณ์เหล่านั้นได้ถูกจัดหมวดหมู่ไว้ตามความเข้าใจและวัฒนธรรมของตน เมื่อโลกมีการสื่อสารที่ดี ความหมาย และประเภทของสัญลักษณ์กลับถูกนำมาใช้อย่างสับสนพอสมควร หลังจากที่เข้าใจ ความหมายของสัญลักษณ์ซึ่งเป็นภาพรวมแล้ว ต่อไปนี้จะได้นำเสนอสัญลักษณ์แต่ละประเภทให้ละเอียด ยิ่งขึ้น และอธิบายถึงความหมายพร้อมตัวอย่างประกอบ แม้ว่าจะไม่สามารถให้คำจำกัดความที่ต่างมี ความหมายซ้ำซ้อนและแยกแยะออกจากกันได้ แต่ก็สามารถให้เข้าใจถึงความหมายของศัพท์แต่ละคำซึ่ง เป็นประเภทต่างๆ ของสัญลักษณ์ได้มากขึ้น



ภาพที่ 22 สัญลักษณ์

ที่มา : ทองเจือ เขียดทอง, 2542, หน้า 44

3. การแบ่งประเภทของสัญลักษณ์

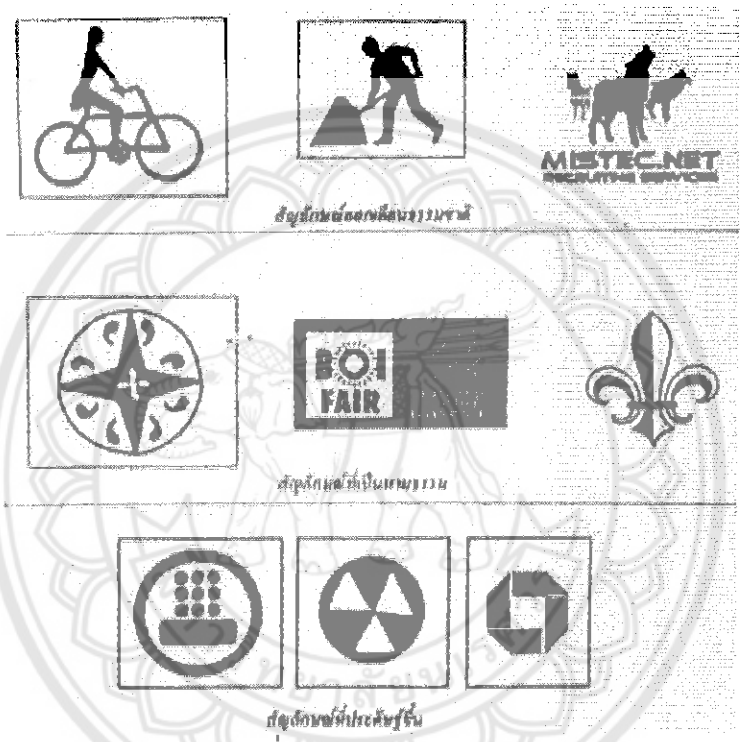
สัญลักษณ์ที่มีอยู่ทั้งที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการค้า และไม่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการค้า แบ่งเป็น ประเภทใหญ่ๆ โดยอาศัยหลักของ เดรย์ฟัสส์ (Dreyfuss,1972) ได้ 3 ประเภท ดังนี้

1) สัญลักษณ์ที่เกิดจากการลอกเลียนแบบ (Representational Symbols) หมายถึง สัญลักษณ์ที่เลียนแบบธรรมชาติวัตถุการกระทำ ทำให้เรียบง่ายโดยทำเป็นภาพเงาดำ เช่น รูปคนขี่จักรยาน หมายถึง ช่องทางสำหรับขี่จักรยาน

2) สัญลักษณ์ที่เป็นนามธรรม (Abstract Symbols) หมายถึง การนำสาระสำคัญมาเป็นรูป กราฟิกทำให้เข้าใจง่ายโดยการออกแบบหรือใช้กันมานานหลายปี เช่น รูป

เส้นโค้ง 2 แฉก ให้จักรราศี (Zodiac) เป็นสัญลักษณ์แทนพระเจ้าหรือสัตว์ประจำราศี

3) สัญลักษณ์ที่มนุษย์คิดประดิษฐ์ขึ้น (Arbitrary Symbols) มนุษย์คิดขึ้นมีการเรียนรู้และ ยอมรับ ตัวอย่างเช่น เครื่องหมายทางดนตรี ต้องเรียนรู้เครื่องหมายทางคณิตศาสตร์ต้องมีการสอน และ เครื่องหมายการค้าต้องมีการโฆษณาการเผยแพร่ เป็นต้น



ภาพที่ 23 ประเภทสัญลักษณ์

ที่มา : เดรย์ฟัสส์ (Dreyfuss), 1972, p.24

นอกจากการแบ่งประเภทของสัญลักษณ์ ตามที่มาของแนวคิดในการออกแบบแล้วยังสามารถแบ่ง ประเภทตามลักษณะของการนำไปใช้โดยแบ่งสัญลักษณ์ที่ใช้เป็นความหมายหลักครอบคลุมและแบ่งย่อย เป็นประเภทต่างๆ ตามที่ได้กล่าวมาแล้วเพื่อให้เข้าใจยิ่งขึ้นถึงความคล้ายและความต่างของสัญลักษณ์แต่ ละประเภทจึงได้แยกเรียงตามลำดับได้ ดังนี้

- สัญลักษณ์
- เครื่องหมายภาพ
- ตราสัญลักษณ์
- เครื่องหมายการค้า

- สัญลักษณ์นำโชค

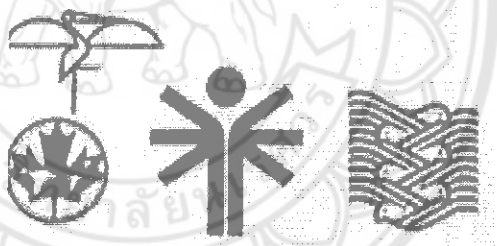
- พระราชลัญจกรและตราสัญลักษณ์ที่เกี่ยวข้อง

- สัญลักษณ์อื่นๆที่ควรรู้จัก ในที่นี้จะขอกล่าวถึง 2 เรื่อง ซึ่งได้แก่ สัญลักษณ์ และเครื่องหมายภาพ

.4 สัญลักษณ์ (Symbol)

สัญลักษณ์ มีความหมายเป็น 2 แนวทางด้วยกัน คือ

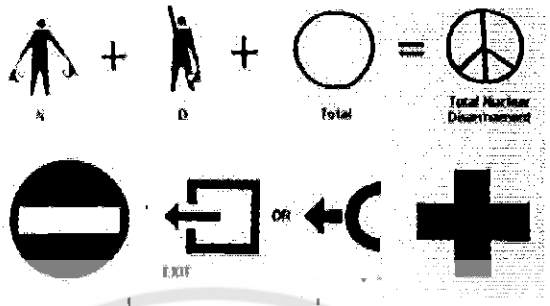
1) สัญลักษณ์บ่งบอกความเป็นเจ้าของ หมายถึง สัญลักษณ์ทางธุรกิจที่เป็นเครื่องหมายแทนบริษัท ห้างร้าน หรือไม่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ สถาบัน ซึ่งมีความหมายคล้ายกับเครื่องหมาย การค้า และตรา ดังที่แบร์รีแมน (Berryman,1979) ได้อธิบายไว้ว่า สัญลักษณ์ หมายถึงเครื่องหมายที่ ปราศจากตัวอักษรประกอบ ใช้แสดงถึงบริษัทหรือสถาบัน และมีการคุ้มครองตามกฎหมาย ควรมีลักษณะ เป็นเอกภาพ เรียบง่าย และสร้างความจดจำได้ง่ายแต่ต้องมีค่าใช้จ่ายในการโฆษณาเพื่อแสดงไม่ให้เกิดการสับสนกับสัญลักษณ์อื่นๆ



ภาพที่ 24 สัญลักษณ์บ่งบอกความเป็นเจ้าของ
ที่มา : ไอบัว (Ibou), 1991, p.192-195

2) สัญลักษณ์สื่อความหมาย หมายถึง สัญลักษณ์ที่เป็นรูปภาพซึ่งคนในสังคมเรียนรู้ มานาน และเข้าใจความหมายโดยอ้อมนั้น แม้รูปนั้นจะไม่สัมพันธ์กับความหมายโดยตรงก็ตาม เช่น รูป เครื่องหมายบวกสีแดง ไม่ใช่การบวกแต่เป็นตัวแทนของพยาบาลหรือกาชาด หรือรูปนกเค้าแมวบางกลุ่ม อาจมองว่าเป็นตัวแทนของความชาญฉลาด บางกลุ่มอาจมองว่าเป็นที่อัปมงคล เป็นต้น กล่าวคือ การแปล ความหมายของสัญลักษณ์จะเกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อมทางวัฒนธรรมด้วย ดังที่ กุวายามะ (Kuwayama,1973) ฟอลลิส และแฮมเมอร์

(Follis and Hammer,1979) ได้ให้ความหมายตรงกันพอ สรุปได้ว่า "สัญลักษณ์เป็นรูปที่มีความเป็นนามธรรมเกี่ยวข้องกับความคิดของสาธารณะชน"



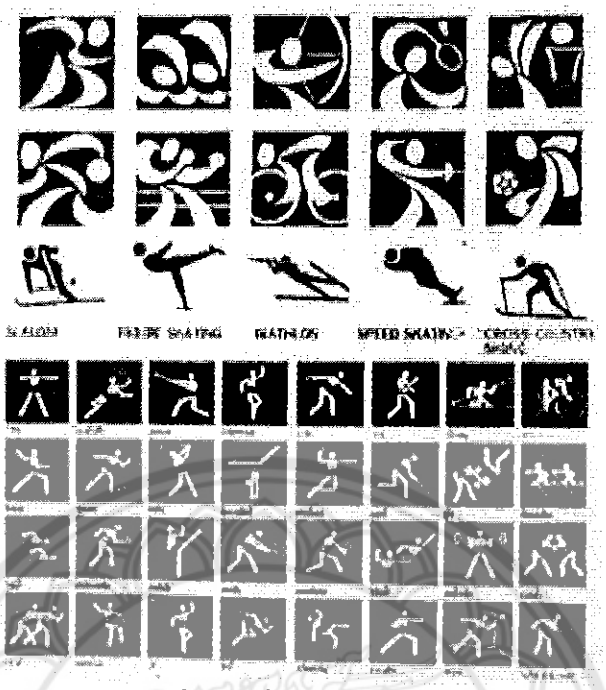
ภาพที่ 24 สัญลักษณ์สื่อความหมาย

ที่มา : เดรย์ฟัสส์ (Dreyfuss), 1972, p.106

.5 **เครื่องหมายภาพ** (Pictograph)

คำนี้มาจากภาษาอังกฤษ คำว่า Pictograms หมายถึง สัญลักษณ์ที่บ่งบอกถึงวัตถุประสงค์กิจกรรม การกระทำ กระบวนการ หรือแนวคิด ซึ่งมีใช้กันในสังคมมนุษย์มาช้านานและใช้ เป็นสากล ควรออกแบบให้มาตรฐาน แต่เป็นเรื่องยากเนื่องจากความแตกต่างของการรับรู้ เรียนรู้ ช่วงเวลาของยุคสมัยแบบอย่างศิลปะและวัฒนธรรม สัญลักษณ์เป็นการสื่อสารระหว่างสาธารณชนกับรัฐ หรือองค์การเอกชน อย่างไรก็ตามยังมีผู้ที่จัดเครื่องหมายภาพเช่นเดียวกับสัญลักษณ์ ดังคำอธิบายของ อารี สุทธิพันธุ์ (2527) สัญลักษณ์ คือ สิ่งที่มนุษย์ออกแบบสร้างขึ้นเพื่อใช้แทนสื่อความหมายที่ให้ทุกคนใน สังคมปฏิบัติตน เพื่อความเป็นระเบียบเรียบร้อย และความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน

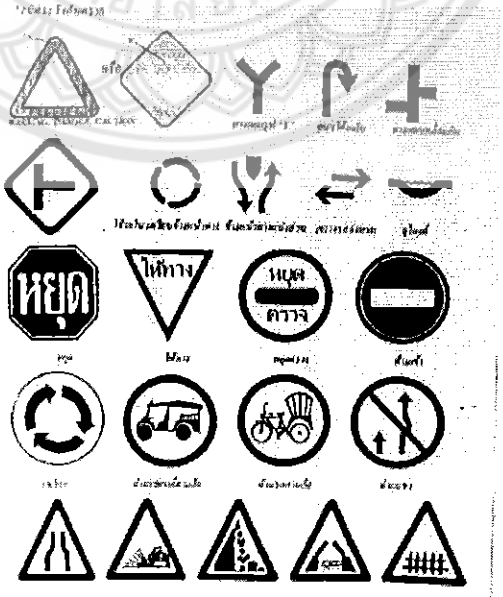
- เครื่องหมายภาพในงานกีฬา เป็นภาพที่สามารถสื่อสารถึงกีฬาแต่ละชนิดได้ชัดเจนโดยมิต้องอ่านชื่อกีฬา



ภาพที่ 25 เครื่องหมายภาพกีฬา

ที่มา : ทองเจือ เขียดทอง,2542 , หน้า 78

- เครื่องหมายภาพในการจราจร เครื่องหมายจราจรที่เป็นเครื่องหมายห้ามคือ รูปวงกลมมีเส้นพาดเฉียง ประเภท เตือนคือ ป้ายสามเหลี่ยม แต่ในประเทศไทยใช้ป้ายทั้งรูปสามเหลี่ยมและรูปขนมเปียกปูน



ภาพที่ 26 เครื่องหมายภาพในการจราจร

ที่มา : ประเทศ กุลนิติ,2532 , หน้า 5-8

- เครื่องหมายภาพที่แสดงบนหีบห่อหรือบรรจุภัณฑ์ เป็นเครื่องหมายที่เกี่ยวข้องกับการขนส่งสินค้า ซึ่งกำหนดตามแนวขององค์การ ระหว่างประเทศว่าด้วยการมาตรฐาน ISO

- เครื่องหมายภาพที่เกี่ยวข้องกับการขนส่งมวลชน มักใช้ในสถานีขนส่งทางบกหรือสนามบิน ตัวอย่างต่อไปนี้เป็นระบบการ ออกแบบของสถาบันออกแบบกราฟิกสหรัฐอเมริกา AIGA (American Institute Of Graphic Arts) ออกแบบให้กับกรมการขนส่งทางบกประเทศสหรัฐอเมริกา (DOT)

- เครื่องหมายภาพที่ใช้ในอาคาร สาธารณะ และเครื่องหมายภาพทางสถาปัตยกรรม เช่น ลูกศร ห้องน้ำชาย ห้องน้ำหญิง ซึ่งออกแบบไปต่างๆกัน

- เครื่องหมายภาพทางการสื่อสาร เป็นสัญลักษณ์สื่อความหมายของผู้ทำงานและประชาชนเกี่ยวกับโทรทัศน์ วิทยุ คอมพิวเตอร์ และโทรศัพท์

- เครื่องหมายภาพทางศาสนาและความเชื่อ เป็นเครื่องหมายที่สามารถใช้แทนศาสนาในโลกและความเชื่อในลัทธิต่างๆ ตลอดจนสัญลักษณ์ประจำจักรราศี เป็นต้น

- เครื่องหมายภาพด้านความปลอดภัย เป็นเครื่องหมายที่ใช้ในงานก่อสร้าง ในโรงงานอุตสาหกรรมหรือสถานที่ สาธารณะอื่นๆ ดังชุดตัวอย่างนี้ เป็นของ Society For Environmental Graphic Design (SEGD)

2.2.3 ทฤษฎีเกี่ยวกับระบบป้ายสัญลักษณ์(Signage system)

ระบบป้ายสัญลักษณ์ (Signage system) เป็นส่วนหนึ่งของระบบนำทาง (Wayfinding system) มีการจัดทำเพื่อบริการให้บุคคลสามารถเดินทางไปสู่สถานที่ได้ตามต้องการ และช่วย จัดการกับสภาพแวดล้อมให้แคบลงโดยมีการบอกทิศทาง ระบุสถานที่และบอกคำสั่ง และมีการจัดระเบียบข้อมูลอย่างเป็นรูปธรรม ระบบป้ายสัญลักษณ์ที่ดีจึงจำเป็นที่จะต้องคำนึงถึงสภาพแวดล้อม ด้านต่าง ๆ เช่น สถานที่วัฒนธรรมท้องถิ่น ฯลฯ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการใช้งาน

หน้าที่หลักของป้ายสัญลักษณ์แบ่งตามประโยชน์ใช้สอยออกเป็น 4 ชนิดดังนี้

1) บอกทิศทาง (Directional) คือ ป้ายประเภทพื้นฐาน ได้แก่ ป้ายแผนที่ไปจนถึงป้ายชี้ทาง

2) ระบุชื่อ สถานที่ หรือ สิ่งของ (Identifying) คือ ป้ายบอกชื่อและตำแหน่งของสถานที่ หรือสิ่งของได้แก่ป้ายชื่อเมือง ป้ายชื่อห้องจนถึงป้ายเครื่องดับเพลิง

3) ข้อมูลข่าวสาร(Informational)คือ ป้ายเพื่อบอกข้อมูลข่าวสารถึงการให้รายละเอียด ถือเป็นส่วนตกแต่งของสถานที่ได้แก่ป้ายบอกข้อมูลของนิทรรศการ ป้ายประกาศ

4) ควบคุม หรือบังคับ (Restrictive or Prohibitive) คือ ป้ายเพื่อบอกข้อจำกัด ข้อห้าม ได้แก่กฎข้อบังคับ ป้ายห้ามสูบบุหรี่จนถึงป้ายเขตหวงห้าม วัตถุประสงค์ของป้ายสัญลักษณ์ การใช้เครื่องมือภาพในลักษณะของป้ายสัญลักษณ์ มีวัตถุประสงค์ เพื่อถ่ายทอดข้อมูล ข่าวสาร (Sign Transmit Information) ต้องสามารถเข้ากันได้ดีตามลักษณะหน้าที่และการใช้งาน และควรช่วยส่งเสริมสภาพแวดล้อม จัดเป็นกลุ่มไว้ดังนี้(เอื้อเอ็นดูดิศกุล ณ อยุธยา , 2543 : 23)

1) แจ้งข่าวสารบริเวณพื้นที่ว่าง (Information on Space Area)

ก) แนะนำเส้นทาง (Guidance) การแจ้งข่าวสารในบริเวณพื้นที่ใดพื้นที่หนึ่ง ซึ่ง แสดงการจัดตำแหน่งของพื้นที่นั้นไว้ในที่เดียวกันเพื่ออำนวยความสะดวก เช่น ป้ายแผนที่ ป้าย แผนผัง

ข) บอกทิศทาง (Directional) การแจ้งข่าวสาร โดยใช้ลักษณะของเส้น เพื่อแสดง ทิศทางและบอกจุดหมายปลายทาง เช่น ป้ายลูกศรบอกทิศทาง ป้ายบอกสถานีรถไฟฟ้า

ค) ระบุสถานที่ด้วยเครื่องหมาย (Identifying) การแจ้งข่าวสาร โดยแสดงเครื่องหมายหรือสัญลักษณ์ เป็นการระบุรายละเอียดที่สำคัญเฉพาะจุด เพื่อใช้เป็นจุดสังเกตไปสู่ จุดหมายปลายทาง เช่น ป้ายบอกชื่อเมือง ตัวเลขถนน ป้ายแบ่งเขต สำหรับสถานที่ ป้ายหน้าประตู ป้ายโบราณสถาน

2) แจ้งข่าวสารให้ปฏิบัติตาม (Operational Information)

ก) ควบคุม บังคับ (Control) การควบคุมบังคับและเตือนภัยในที่สาธารณะ เพื่อให้ เกิดระเบียบและความปลอดภัย เช่น ป้ายห้าม ป้ายเตือน ป้ายควบคุมทิศทาง

ข)อธิบาย (Explanations) การชี้แจงความหมายและประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมให้ เกิดความเข้าใจเช่น ป้ายแนะนาวิธีการใช้ป้ายอธิบายวิธีใช้ป้ายตัวอย่างการใช้

ค) การเตือน ประกาศ (Notices) การแจ้งข่าวล่วงหน้าเกี่ยวกับเหตุการณ์ชั่วคราวที่ ไม่ใช่ป้ายถาวร เพื่อเตรียมการและเพื่อรับข่าวสารทันต่อเหตุการณ์ เช่น ป้ายประชาสัมพันธ์ ป้าย ประกาศธง

3) โฆษณา (Advertisement) การแจ้งข้อมูลข่าวสารที่มุ่งให้เกิดการดึงดูดใจ ยอมรับและ จดจำได้ง่ายเพื่อประโยชน์ทางธุรกิจการค้า เช่น ป้ายโฆษณาบนตึก ป้ายโฆษณาติดตั้ง

ริมถนน ป้ายสัญลักษณ์ควรคำนึงถึง การจำกัดความหมายของข้อมูล (Terminology) และการแบ่งขอบเขตของการให้บริการ (Message Area) โดยแบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม ดังนี้ (เอื้อเอ็นดู ดิศกุล ณ อยุธยา. 2543)

1) การให้บริการสาธารณะ (Public Service) เกี่ยวกับการให้บริการ สิ่งอำนวยความสะดวกทางการคมนาคมขนส่ง

2) การให้บริการธุรกิจ (Concession) เกี่ยวกับกิจกรรมทางธุรกิจ

3) กิจกรรมที่มีขั้นตอน (Processing Activities) กิจกรรมสำคัญที่มีผู้โดยสารเข้ามาเกี่ยวข้อง

4) กฎระเบียบ (Regulations) เกี่ยวกับกิจกรรมต้องห้าม 7 ป้ายสัญลักษณ์ได้จัดแบ่งตามข้อมูล (Classification of Information) โดยคำนึงถึงสถานที่ ใช้งานดังนี้ (เอื้อเอ็นดูดิศกุล ณ อยุธยา, 2543 : 27)

1) ป้ายสัญลักษณ์ในเมือง (Sign in Towns) เป็นป้ายชี้ทางภายในเมือง

2) ป้ายสัญลักษณ์แสดงตำแหน่งของแหล่งที่พักอาศัย (Housing Connected Sign) เป็น ป้ายแสดงตำแหน่งที่พักอาศัย เขตชุมชนต่าง ๆ

3) ป้ายสัญลักษณ์ภายในสวนสาธารณะ (Signs in Parks) เป็นป้ายที่รวมถึงการดูแลรักษา การควบคุมและการจัดการในลักษณะที่เป็นแหล่งสาธารณะ

4) ป้ายสัญลักษณ์แสดงข้อมูลการจราจร (Information on Traffic) เป็นป้ายสำหรับผู้ใช้รถ ใช้ถนน ป้ายสาหรับการคมนาคมขนส่งสาธารณะ

5) ป้ายสัญลักษณ์แสดงธุรกิจการค้า (Commercial/Business Signs) เป็นป้ายในเขตการค้า เพื่อแจ้งข่าวกิจกรรม ความเคลื่อนไหวทางธุรกิจ

6) ป้ายสัญลักษณ์การบริการชุมชน (Signs for Public Facilities) เป็นป้ายจัดทำในเขต ชุมชน เพื่ออำนวยความสะดวกทางสาธารณะให้แก่ส่วนรวม

7) ป้ายสัญลักษณ์แสดงลักษณะเด่นของสถานที่ ภูมิสัญลักษณ์ (Landmarks) เป็นป้าย สัญลักษณ์เครื่องหมาย หรืออนุสาวรีย์ปฏิมากรรมรูปสลักแกะสลักในบริเวณพื้นที่หนึ่ง คุณสมบัติของป้ายสัญลักษณ์ที่ดีจะต้องมองเห็นได้ง่าย อ่านและเข้าใจได้ง่ายคือ ป้ายจะมี ความโดดเด่นแยกจากสภาพแวดล้อม และป้ายจะต้องสามารถทำให้ผู้มองสามารถอ่านเนื้อหาที่ บรรจุอยู่ในป้ายได้อย่างครบถ้วน ตีความหมายได้อย่างถูกต้องไม่ทำให้เกิดความสับสนหลังจากการ มองเห็นและการอ่านป้ายดังนั้นองค์ประกอบสำคัญที่ทำให้ป้ายสัญลักษณ์มีประสิทธิภาพแบ่ง

ออกเป็น รูปร่างของป้ายวัสดุสำหรับป้าย สีของป้ายอักษรบนป้าย เครื่องหมาย สัญลักษณ์ภาพและ การจัดวางบนแผ่นป้ายสัญลักษณ์(เอื้อเอ็นดูดิศกุล ณ อยุธยา. 2543)

1 การใช้งานของป้ายสัญลักษณ์

- คำนึงถึงสภาพแวดล้อม
- มีรูปทรงที่โดดเด่น และมีเอกลักษณ์แตกต่างจากป้ายอื่น
- อ่านได้ง่าย

ข้อจำกัดของการใช้สัญลักษณ์ภาพนั้นยังมีอยู่ ดังนั้นจึงต้องกำหนดวิธีการ วิเคราะห์ และ ประเมินสัญลักษณ์ภาพมาตรฐานให้ได้เกณฑ์ที่เป็นมาตรฐานสากล ที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพสมบูรณ์ ประการแรกคือ สามารถสื่อความหมายจากภาพโดยการเลียนแบบเหมือนจริงหรือสื่อความคิด เพื่อให้ ได้ผลทางความเข้าใจและรับรู้ที่เหมือนกันทุกคนซึ่งเป็นเรื่องยาก เพราะต้องขึ้นอยู่กับประสบการณ์ รวมทั้งเวลาในการเรียนรู้และรับรู้ และยังต้องคำนึงถึงลักษณะที่เป็นกายภาพ ได้แก่ ความสามารถในการ อ่านประการที่สองคือ ความหมายของภาพจะต้องเชื่อมโยงถึงหลักมูลฐานในการออกแบบ ซึ่งควรจะต้อง สะท้อนถึงรสนิยมที่ดี

2. ข้อควรพิจารณาก่อนจัดทำระบบป้ายสัญลักษณ์

- จำนวนเปอร์เซ็นต์ของผู้มาเยือนในครั้งแรกที่ไม่มีข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่นั้น
- ความเร่งด่วนในการใช้บริการ
- จำนวนของจุดหมายที่ให้เลือก
- อารมณ์และสภาวะทางจิตใจของผู้มาเยือน
- ความซับซ้อนของเส้นทาง
- ระดับของสภาวะแวดล้อมที่รบกวน

3. องค์ประกอบบนป้ายสัญลักษณ์

1) รูปร่าง มีผลต่อความรู้สึกในการตีความหมาย ดังเช่น ป้ายที่เป็นรูปร่างสี่เหลี่ยมจะให้ ความ รู้สึกมั่นคงแน่นหนา ทำให้เกิดความรู้สึกเชื่อมั่นกับผู้มอง เหมาะจะใช้เป็นป้ายชื่อหรือให้ ข่าวสาร ป้ายที่เป็นรูปร่างกลม จะให้ความรู้สึกมั่นคงแต่สามารถลื่นไหลไปได้เหมาะสำป้ายที่ เป็น ข้อควรปฏิบัติตามต่าง ๆ ป้ายสามเหลี่ยมหรือขนมเปียกปูน ให้ความรู้สึกที่ไม่แน่นอน เหมาะ สำหรับป้ายข้อห้าม ข้อควรระวัง ข้อฉุกเฉิน ส่วนป้ายที่มีรูปร่างอื่น ๆ เหมาะสำหรับเป็นป้ายเฉพาะ จะใช้สถานที่นั้น ซึ่งขึ้นอยู่กับการออกแบบ ให้ความรู้สึกที่แตกต่างกัน

ออกไปตามข้อจากัดที่อาจเกิด จากงบประมาณ หรือเทคนิคการสร้าง เช่น ป้ายสี่เหลี่ยมจะมีราคาถูกกว่าป้ายชนิดอื่น หรือข้อจากัด ในการใช้งาน เช่น ป้ายอีเล็คโทรนิคอาจถูกจำกัดจากรูปร่างของหลอดไฟและอุปกรณ์ไฟฟ้า เป็นต้น

2) วัสดุ ในการสร้างป้ายมีการใช้วัสดุพื้นฐาน 3 อย่างคือ

ไม้ ซึ่งให้ความรู้สึกเป็น ธรรมชาติและใช้กับสภาพภายนอกที่มีแสงสว่างเพียงพอ

โลหะ ให้ความรู้สึกแน่นหนา ทันสมัยแต่ มีปัญหาเรื่องน้าหนักและการสะท้อนแสง

พลาสติก สามารถปรับใช้งานได้กว้างวัสดุอื่น เหมาะใช้ กับหลอดไฟ และมีน้ำหนักเบา

3) สี มีผลในเชิงจิตวิทยา มีผลต่ออารมณ์และการรับรู้ของมนุษย์ซึ่งมีความเคยชินกับการ ตีความหมายของสีอยู่แล้ว เช่น สีแดง มักใช้กับป้ายเตือน การใช้สีจึงมีประโยชน์มากกับการสร้าง ป้าย สัญลักษณ์การใช้คู่สีต่าง ๆ มีผลต่อการรับรู้ทางสายตาจากการศึกษาเรื่องการอ่านป้ายบนสีต่าง ๆ สรุปได้ว่าสิ่งสำคัญที่สุดคือการตัดกันระหว่างสีพื้นและสีของตัวอักษร คู่สีที่มีประสิทธิภาพในการใช้งาน จัดลำดับจากคู่สีที่เห็นและอ่านได้ง่ายที่สุดไป ตามลำดับที่อ่านยากขึ้น ดังนี้

ดำบนเหลือง ดำบนขาว เหลืองบนดำ ขาวบนน้ำเงิน เหลืองบนน้ำเงิน เขียวบนขาว น้ำเงินบนเหลือง ขาวบนเขียว ขาวบนน้ำตาล น้ำตาลบนเหลือง น้ำตาลบนขาว เหลืองบนน้ำตาล แดงบนขาว เหลืองบนแดง แดงบนเหลือง ขาวบนแดง

คู่สีที่ไม่ควรให้ใช้กับป้ายสัญลักษณ์ คือ ส้มบนขาว แดงบนเขียว และดำบนม่วง ความ ชัดเจนของสีจึงมีความสำคัญต่อการใช้กับรูป ภาพถ่าย หรืออื่น ๆ ที่จะอยู่บนป้ายที่ต้องมองจาก ระยะไกลการตัดกันของสีช่วยเพิ่มความชัดเจน และเป็นสิ่งสำคัญที่มีผลต่อการสื่อสารของป้าย (เอื้อ เอ็นดูดิศกุล ณ อยุธยา ,2543 อ้างจาก The American Institute of Graphic Arts, 1981)

4) ตัวอักษร ตัวอักษรและรายละเอียดของตัวอักษรบนป้ายสัญลักษณ์ มีความสำคัญในการ ถ่ายทอดข้อความไปสู่คนอ่าน คือ รูปแบบของตัวอักษร แต่ละแบบให้ความรู้สึกที่แตกต่างกัน

- ตัวอักษรเรียบง่ายธรรมดา จะอ่านง่ายที่สุดความหนาบางของตัวอักษรความหนาจะช่วยย้ำข้อความ ที่มีความสำคัญได้มากกว่าการใช้ตัวอักษร

- ตัวพิมพ์ใหญ่ร่วมกับตัวพิมพ์เล็ก จะทำให้อ่านได้ง่ายขึ้น ระยะความห่างการใช้ช่องไฟห่างจะทำให้รู้สึกผ่อนคลายกว่าการใช้ช่องไฟที่แคบที่รู้สึกทึบ รวมถึง รูปร่างของตัวอักษร ทำให้เกิดความรู้สึกแตกต่างกัน

- ความแหลมจะให้ความ รู้สึกถึงพลังและ ความเร็ว รุนแรงก้าวร้าว ตัวกลมให้ความรู้สึกนุ่มนวล เชื่องช้า

5) สัญลักษณ์และเครื่องหมาย

เป็นการติดต่อสื่อสาร เพื่อตอบสนองความต้องการของคน เป็นการให้ข่าวสารการให้บริการ การแลกเปลี่ยนสินค้า เพื่อเป็นการถ่ายทอด ข้อความจากผู้ส่งไป ถึงผู้รับภายในสภาวะแวดล้อม โดยใช้การมองเห็น สามารถสร้างอารมณ์และความรู้สึกให้กับ บรรยากาศภายในสภาพแวดล้อมนั้น สัญลักษณ์ภาพ จึงเป็นสิ่งจำเป็นในชีวิตประจำวัน เพื่อสนอง ความต้องการของคนในสังคม

ดังนั้นการเลือกข้อความ เพื่อใช้กับสัญลักษณ์ต้องทำการศึกษา เพื่อให้แน่ใจว่าสามารถสื่อความหมายข้อความนั้นได้ สัญลักษณ์ที่ดีต้องมองเห็นได้ง่าย สามารถ เข้าใจได้ ไม่ก่อเกิดความสงสัย ความหมายไม่คลุมเครือ ควรใช้สัญลักษณ์เดียวแทนข้อความหนึ่งข้อความ เพื่อสามารถเรียนรู้และจดจำได้ง่าย ในเวลาอันรวดเร็ว

6) การจัดวาง การจัดวางเครื่องหมาย สัญลักษณ์ภาพและตัวอักษร ลงบนแผ่นป้ายควรมี การจัดองค์ประกอบที่เหมาะสม แผ่นป้ายควรมีพื้นที่ว่างโดยรอบให้พอเหมาะ

5. เกณฑ์การออกแบบระบบป้ายสัญลักษณ์

- ระบบป้ายสัญลักษณ์ที่ดีต้องมีความสามารถนำมาประยุกต์ปรับเปลี่ยนใช้งาน เพื่อรองรับ โครงการแผนที่เปลี่ยนไป

- ต้องมีความเป็นเอกภาพ มีความสัมพันธ์ที่เชื่อมโยงและต่อเนื่องกันในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่ง

- สามารถส่งเสริมและสร้างเอกลักษณ์ของสถานที่นั้นให้เด่นชัด และมีความสัมพันธ์กับ สภาพแวดล้อมนั้น

- ต้องมีความสัมพันธ์ที่เกี่ยวเนื่องกับเนื้อหาของข้อมูล

- ต้องมีความชัดเจน ใหญ่ สะดุดตา สามารถดูและรักษาได้ง่าย เพื่อให้ป้ายคงไว้ซึ่งประสิทธิภาพในการใช้งาน

- ต้องมีความชัดเจนในเรื่องเนื้อหา ควรจัดทำเป็นสัญลักษณ์เดียวกันเพื่อไม่ก่อให้เกิดความสับสน

- ต้องมีความสามารถนำมาประยุกต์ใช้ให้เข้ากับสภาพแวดล้อมที่เป็นอยู่ และใช้ร่วมกับสื่ออื่นได้อย่างดี

- ระบบป้ายสัญลักษณ์ที่ดี ต้องมีความเป็นสากล อยู่เหนือภาษาและวัฒนธรรม เข้าใจได้ในวงกว้าง

6. ประเภทรูปร่างรูปทรงของสัญลักษณ์ และเครื่องหมายภาพ

- รูปทรงเรขาคณิต (Geometric Form) เป็นรูปทรงที่แน่นอน มาตรฐาน สามารถวัดหรือ คำนวณได้ มีกฎเกณฑ์ เช่น รูปสี่เหลี่ยม สามเหลี่ยม วงกลม วงรี ห้าเหลี่ยม หกเหลี่ยม พีระมิด เป็นต้น

- รูปทรงธรรมชาติ (Nature Form) เป็นการเลียนแบบธรรมชาติ น ารูปทรงที่มีอยู่ตามธรรมชาติรอบตัวเรา มาสร้างสรรค์ผลงาน

- รูปทรงอิสระ (Free Form) เป็นรูปแบบโครงสร้างที่ไม่แน่นอน ให้ความรู้สึกเคลื่อนไหว

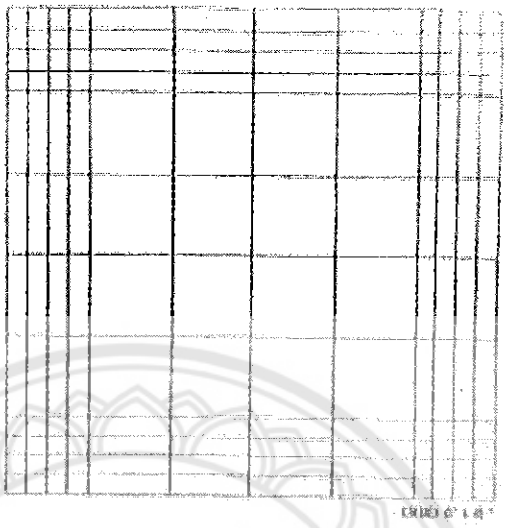
2.2.4 การออกแบบระบบป้ายสัญลักษณ์โดยใช้ระบบกริด

ระบบกริด คือ ระบบโครงสร้างที่เป็นระบบตารางที่ออกแบบเพื่อใช้เป็นเกณฑ์มาตรฐาน หรือข้อบังคับในการออกแบบเพื่อให้เกิดความเป็นระเบียบหรือความเป็นหนึ่งเดียวกัน ระบบกริดใช้กัน มากที่สุดคือ ระบบกริดในการวางหน้าสิ่งพิมพ์และการออกแบบสถาปัตยกรรม การออกแบบระบบป้ายสัญลักษณ์โดยใช้ระบบกริด คือ การกำหนดโครงสร้างตารางกริด เพื่อช่วยในการกำหนดขนาดและรูปร่างของสัญลักษณ์ภาพใช้ในการออกแบบและจัดวางองค์ประกอบของ ป้ายสัญลักษณ์เข้าด้วยกัน ได้แก่ สัญลักษณ์ภาพและลูกศร ตัวอักษร พื้นที่ว่าง เพื่อใช้ประกอบบนแผ่น ป้ายสัญลักษณ์ กำหนดขนาดและรูปร่างของกรอบป้าย โครงสร้างกริดได้รับความนิยมแพร่หลายใช้เป็น มาตรฐานในการจัดวางป้ายที่มีหลายชนิด หลายหน้าที่ให้เกิดความต่อเนื่องในลักษณะที่เป็นชุดเพื่อการใช้ งานร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพของระบบป้ายสัญลักษณ์

1. ระบบกริดที่ใช้ในการสร้างสัญลักษณ์ภาพ

- กริดระบบเมตริกของ ISO - มาตราส่วนที่ใช้คือ 1:1
- โครงสร้างกริดมาตรฐานคือ 6x6 ตร.หน่วย
- เส้นตารางกริดไม่จำเป็นต้องปรากฏในแบบสัญลักษณ์
- สามารถประยุกต์ใช้กับมาตราส่วนทั่วไปได้

- สามารถควบคุมสัดส่วนให้สัมพันธ์กัน
- เป็นแบบโครงสร้างสำเร็จรูปที่ดี



ภาพที่ 27 ระบบกริด

ที่มา : ระบบป้ายสัญลักษณ์ (Signage System), หน้า 58

2. การกำหนดสัดส่วนเพื่อสร้างรูปร่างของสัญลักษณ์ภาพ
   - เป็นระบบกริดที่ใช้กับตัวอักษร และสัญลักษณ์ภาพ
   - กำหนดสัดส่วนได้จากความสัมพันธ์ของรูปเรขาคณิต คือ รูป วงกลม สามเหลี่ยม สี่เหลี่ยม
   - กำหนดรูปร่างของสัญลักษณ์ภาพ ให้มีพื้นที่สมดุลกันทางสายตา
   - กำหนดรูปร่างของสัญลักษณ์ภาพ ที่แตกต่างให้ใช้งานร่วมกันได้ดี
   - กำหนดการใช้พื้นที่ และความสูง
   - กำหนดความสัมพันธ์โดยใช้พื้นที่จาก ฐานของสามเหลี่ยม กับเส้นผ่านศูนย์กลางของทรง กลม กับกว้าง x สูงของสี่เหลี่ยมจตุรัส
   - บริเวณมุมแหลมของสามเหลี่ยมและสี่เหลี่ยม มีพื้นที่โค้งมนได้
3. ตัวแปรที่สำคัญต่อการรับรู้
   - Ambient Lighting คือ ความคงที่ของความสว่าง
   - Sight Lines คือ เส้นระดับสายตา ป้ายสัญลักษณ์สำหรับการเดินต้องติดตั้งให้มีความสูง ระดับสายตา และจะต้องติดตั้งให้พ้นจากสิ่งกีดขวางแนวสายตาปกติ
   - Sign Backgrouds คือ บริเวณพื้นที่ด้านหลังป้ายสัญลักษณ์ ที่มีผลต่อการรับรู้

4. ชนิดของแผ่นป้ายสัญลักษณ์

- Banner Sign คือ ป้ายสัญลักษณ์รูปแบบธง ธงราว แถบห้อย มักจะใช้วัสดุที่มีน้ำหนัก เบา เช่น ผ้า กระดาษ พลาสติกที่ยืดหยุ่นได้ มักใช้กับงานเปิดตัวสินค้าและเป็นงานชั่วคราว เช่น แถลงการณ์ โฆษณา นิทรรศการพิเศษเพื่อใช้แสดงบรรยากาศของงานและยังช่วยเพิ่มสีสันของงานให้มากขึ้น

- Canopy Sign คือ ป้ายบนกันสาด ติดตั้งกับกันสาดด้านนอกอาคาร เป็นส่วนประกอบ ทางสถาปัตยกรรม บางครั้งจะติดใต้กันสาด การติดตั้งจึงควรคำนึงถึงเรื่องขนาดเพราะเกี่ยวกับระยะความ สูงที่คนอาจเดินชนได้

- Changeable-Copy Sign คือ ป้ายตัวอักษรที่เปลี่ยนข้อมูลได้ ต้องสามารถทำให้ถอด เปลี่ยนโดยคนและไม่ต้องใช้เครื่องจักร จึงเป็นป้ายที่เหมาะใช้กับข้อความที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ เช่น ป้ายบอกอัตราแลกเปลี่ยนเงินตรา

- Electronic Message Center คือ ป้ายอีเลคโทรนิค เป็นศูนย์รวมข้อมูลแสดงข้อความ ด้วยหลอดไฟขนาดเล็กจำนวนมาก สามารถทำให้ข้อความขยับเคลื่อนที่และปรับเปลี่ยนข้อมูลได้ด้วย โปรแกรมคำสั่งที่ควบคุมด้วยวงจรไฟฟ้า ปัจจุบันมีการใช้รูปภาพเคลื่อนไหวประกอบ

- Floor Sign คือ ป้ายระดับพื้นดิน แสดงโดยการเขียนบนพื้นหรือติดตั้งบนพื้น ไม่นิยมใช้ เป็นข้อความ เพราะอ่านได้ยากและถูกกีดขวางได้ง่าย จึงอาจใช้เป็นคำหรือเป็นตัวอักษรเพียงไม่กี่ตัว ส่วนมากจะแสดงด้วยสัญลักษณ์ ป้ายสัญลักษณ์ที่พื้นนี้จะมีประสิทธิภาพในการมองเห็นได้ง่าย เหมาะกับ การใช้งานที่มีข้อจำกัดในเรื่องพื้นที่ติดตั้ง

- Free Standing Sign คือ ป้ายตั้งขา ใช้ติดตั้งหรือจัดวางตามสถานที่ต่างๆอย่างอิสระไม่ ต้องคำนึงถึงการยึดติดกับสิ่งก่อสร้างเดิม ลักษณะเป็นขาตั้งทั่วไปค้ำยันบนพื้นดิน มีความสูงพอสมควร สามารถมองเห็นได้จากระยะไกล เป็นป้ายที่ใช้ได้ดีกับภายนอกต้องมองเห็นได้จากยานพาหนะ และยัง เหมาะกับบริเวณภายในที่มีพื้นที่เปิดโล่ง จึงเป็นป้ายที่มีประสิทธิภาพสูง

- Projecting Sign คือ ป้ายที่ติดยื่นจากผนัง การยื่นออก ต้องเป็นองศามุมมองที่เหมาะสม เพื่อให้มองเห็นได้ง่ายและชัดเจน ต้องคำนึงถึงความสูงที่พ้นศีรษะและไม่เป็นอันตรายต่อการเดิน มักมีการ ออกแบบให้ใช้งานได้สองด้าน ทั้งหน้าและหลัง เพื่อการมองเห็นได้จากทั้งสองทิศทาง เป็นป้ายที่ใช้ได้ผลดี กับภายในและภายนอก

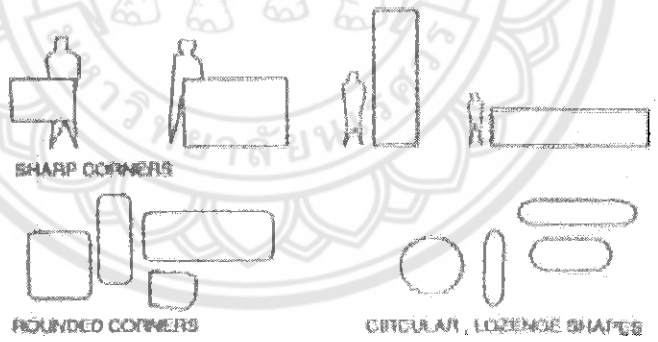
- Roof Sign คือ ป้ายบนหลังคา ใช้ติดตั้งบนหลังคาหรือสิ่งก่อสร้างต่างๆ จุดมุ่งหมาย เพื่อให้มองเห็นได้จากถนน หรือจากระยะไกลสำหรับผู้ขับขี่ยานพาหนะและคนเดินเท้า

- Suspended Sign คือ ป้ายแขวน การห้อยและแขวนโดยใช้โซ่ ลวด หรือวัสดุอื่นๆ เหมาะ สำหรับใช้ในบริเวณพื้นที่จำกัดเพราะไม่สามารถติดตั้งป้ายชนิดมีขาตั้งซึ่งต้องใช้พื้นที่ติดตั้ง ป้ายแขวน สามารถมองเห็นได้ดี เหมาะสำหรับใช้เป็นป้ายภายในสถานที่ เช่น ป้ายร้านค้า

- Wall Sign คือ ป้ายติดตั้ง ติดให้มีความหนาจากผนังไม่เกิน 18 นิ้ว สามารถมองเห็นได้ จากด้านหน้าด้านเดียว มักจะทำเป็นกล่องหรือบอร์ด ใช้ได้ทั้งภายในและภายนอก เช่น ติดตามหน้าห้อง หน้าอาคาร ร้านค้าต่างๆ

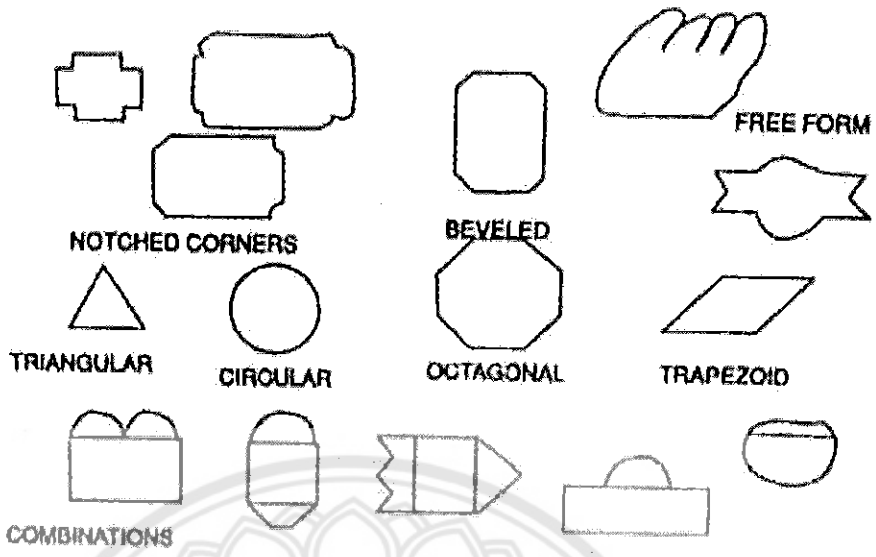
- Window Sign คือ ป้ายหน้าต่าง มักติดที่หน้าต่างด้านหน้าเพื่อให้คนอยู่ภายนอกมองเห็น ได้ ใช้สำหรับภายในและภายนอก เหมาะสำหรับคนเดินเท้า แต่ไม่เหมาะสำหรับการมองจากยานพาหนะ

5. ตัวอย่างรูปร่างของแผ่นป้ายและป้ายสัญลักษณ์ภายใน

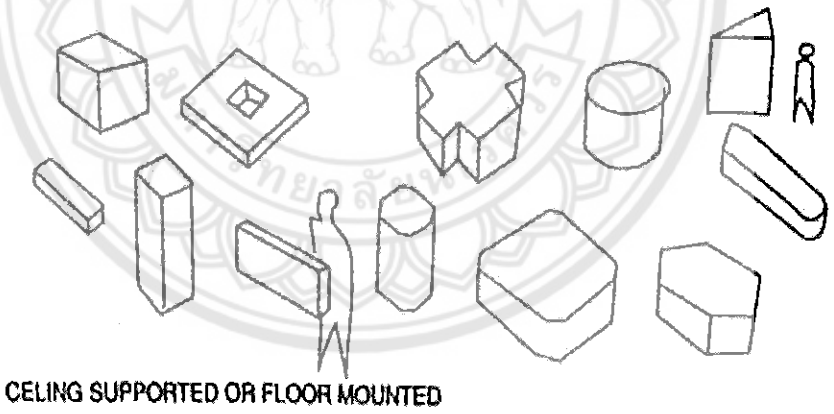


ภาพที่ 28 รูปร่างของแผ่นป้ายและป้ายสัญลักษณ์ภายใน 1

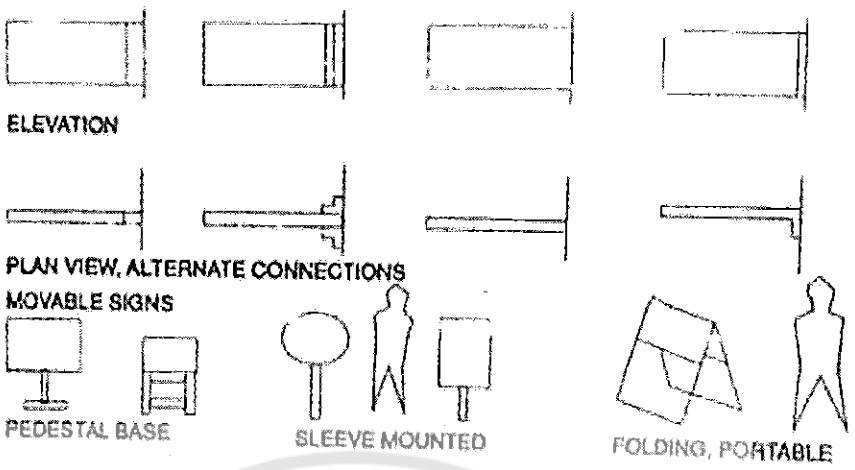
ที่มา : ระบบป้ายสัญลักษณ์ (Signage System), หน้า 115



ภาพที่ 29 รูปร่างของแผ่นป้ายและป้ายสัญลักษณ์ภายใน 2
ที่มา : ระบบป้ายสัญลักษณ์ (Signage System), หน้า 115



ภาพที่ 30 รูปร่างของแผ่นป้ายและป้ายสัญลักษณ์ภายใน 3
ที่มา : ระบบป้ายสัญลักษณ์ (Signage System), หน้า 115



ภาพที่ 31 รูปร่างของแผ่นป้ายและป้ายสัญลักษณ์ภายใน 4

ที่มา : ระบบป้ายสัญลักษณ์ (Signage System), หน้า 115

2.2.5 ทฤษฎีเกี่ยวกับการหาทิศทาง (Wayfinding)

ความหมายของการหาทิศทางหรือการค้นหาเป้าหมาย (Wayfinding) มีหลายนัยยะ อาทิ เช่น การค้นหาเป้าหมายเป็นกระบวนการทางพฤติกรรมของมนุษย์ที่เกิดขึ้นเมื่อคนทำการหาทางจาก จุดที่อยู่ไปยังจุดที่ต้องการจะไป ในขณะที่ พาสสินี่ (Passini. 1984) ให้คำนิยามว่าการค้นหา เป้าหมายเป็นกระบวนการตัดสินใจตามลำดับ อันประกอบด้วยภาพของข้อมูลเชิงพื้นที่ที่เกิดจากการ รับรู้(Cognitive Mapping) กระบวนการตัดสินใจ (Decision Making) และการลงมือปฏิบัติตามที่ ได้ตัดสินใจแล้ว (Decision Execution) จากนิยาม พบว่า กระบวนการของการค้นหาเป้าหมาย ครอบคลุมทั้ง พฤติกรรมภายใน ได้แก่การรับรู้ สร้างจินตภาพ และการตัดสินใจ อีกประการหนึ่ง คือ พฤติกรรมภายนอกได้แก่อากัปกริยาต่างๆที่เกิดขึ้นเพื่อเดินไปหาเป้าหมาย

พาสสินี่ (Passini. 1984) ยังได้กล่าวถึงการหาทิศทาง (Wayfinding) ว่าเป็นความสามารถของบุคคลในการไปยังจุดหมาย โดยเป็นกระบวนการในใจ(Cognitive process) ที่ทำการจัดระเบียบข้อมูลที่ได้รับจากสภาพแวดล้อมกายภาพมาประมวลให้เป็นแผนที่ในใจ (Cognitive map)

อาร์เธอร์และพาสสินี่ (Arthur and Passini. 1992) ได้กำหนดคำนิยามของการหาทิศทาง (Wayfinding) ไว้ว่า การหาทิศทาง คือ กระบวนการในการค้นหาจุดหมาย (Destination) ภายใต้สภาพแวดล้อมทั้งที่คุ้นเคยและไม่คุ้นเคย โดยเป็นลักษณะที่มีความสัมพันธ์แบบพลวัตในที่ว่าง (The dinamic relationship to space) ส่วนการรับรู้ตำแหน่งของบุคคลในที่ว่าง (Spatial orientation) นั่นคือ การรับรู้ตำแหน่งของตนในสภาพแวดล้อมหรือตำแหน่งภายในแผนที่ในใจ (Cognitive map) โดยเป็นลักษณะที่มีความสัมพันธ์แบบเสถียรในที่ว่าง (The static relationship to space)

แอปเปิลยาด (Appleyard. 1970) ได้กล่าวถึงสัมผัสแห่งการรับรู้ตำแหน่งและทิศทาง (Sense of Orientation) ไว้ว่าเป็นจินตภาพพื้นฐานในการจดจำสภาพแวดล้อมที่เกิดขึ้นภายในจิตใจ โดยส่วนหนึ่งเกิดจากการมองเห็น (Visible) และอีกส่วนหนึ่งเกิดจากความทรงจำ (Memory) จากประสบการณ์ในอดีต

ระบบนำทางคือการช่วยให้คนไปถึงที่หมายได้ในเวลาที่กำหนด โดยไม่เกิดความเครียด และความสับสนให้ความสะดวกสบายในการใช้บริการของสถานที่รวมถึงการคมนาคมขนส่งด้วย การเดินเท้าหรือการใช้ยานพาหนะ จำเป็นทางสังคมเศรษฐกิจ และเพื่อไม่ก่อเกิดความเสียหายทาง 10 ทรัพย์สินชีวิตและจิตใจ เป็นแนวความคิดให้คนได้รับข้อมูลข่าวสารด้วยระบบสื่อสารโดยใช้ป้าย สัญลักษณ์เป็นเครื่องมือบอกทาง ด้วยวิธีการสร้างระบบนำทางให้คนไปถึงที่หมายได้ด้วยตนเอง Self Guiding System โดยใช้วิธีการพึ่งพาตนเอง ทำให้ไม่ต้องใช้บุคคลเป็นจำนวนมากในการ ให้บริการบอกทางภายในพื้นที่ใหญ่ซับซ้อน และต้องอาศัยการหาข้อมูลเพื่อไปสู่ที่หมาย สภาพแวดล้อมถือเป็นสิ่งช่วยนำทางอยู่แล้ว ในการออกแบบจึงใช้หลักการความสัมพันธ์ทาง สภาพแวดล้อมที่มนุษย์คุ้นเคยอยู่แล้วเป็นตัวกำหนดที่ตั้ง การใช้สื่อนำทางโดยวางตามเกณฑ์ของ เหตุผลและสิ่งที่มนุษย์เคยชิน ตัวอย่างเช่น อาคารสำนักงานซึ่งมีเนื้อที่ภายในและภายนอกตึกที่ผ่าน การออกแบบจัดวางผังอย่างมีระเบียบและขั้นตอน ตึกต้องมีทางเข้าออก ทางเดิน จำนวนชั้นความสูง การกำหนดชั้นด้วยตัวเลขจึงเป็นสิ่งที่ยอมรับและเข้าใจได้อยู่แล้วดังนั้นหากสำนึกและการคาดคะเน จากประสบการณ์ของบุคคลได้ถูกวางแผนให้เปลี่ยนไปการชี้นำทางด้วยตนเองจะไร้ประสิทธิภาพ

กระบวนการของการหาทิศทาง (Wayfinding) เป็นกระบวนการทางจิตวิทยา (Psychology) หรือจิตวิทยาสภาพแวดล้อม (Enviroment Psychology) โดยกระบวนการการรับรู้และจดจำสภาพแวดล้อม ซึ่งมีผลต่อการเกิดแผนที่ในใจหรือจิตนภาพ (สาธิมล พงษ์วัฒนาสุข. 2544) การหาทิศทาง (Wayfinding) สามารถกำหนดได้ในลักษณะของกระบวนการเกิดแผนที่ในใจ (Cognitive mapping process) ซึ่งเป็นกระบวนการสร้างโครงสร้างจินตภาพ (Mental structure) และเป็นส่วนหนึ่งของการรับรู้และจดจำสภาพแวดล้อมโดยพบว่าผลลัพธ์ของกระบวนการหาทิศทางนั้นเกิดขึ้น ในลักษณะของแผนที่ในใจ (Cognitive map) ซึ่งคือภาพรวมของจินตภาพหรือสิ่งที่เป็นตัวแทน (Representation) ของที่ว่างและผังโดยรวมของสภาพแวดล้อมนั้นๆ (Passini. 1984)

กระบวนการที่นำไปสู่ผลลัพธ์ในลักษณะของแผนที่ในใจ (Cognitive map) นั้นประกอบ ด้วยองค์ประกอบของกระบวนการหาทิศทางได้แก่ ข้อมูลสภาพแวดล้อม (Environmental information) การตัดสินใจ (Decision) และพฤติกรรมการแสดงออก (Behavioral action) ทั้งนี้ กระบวนการ

ตัดสินใจ (Decision) เป็นสิ่งที่มีความสำคัญอย่างมาก โดยการตัดสินใจเป็นสิ่งสำคัญที่ เชื่อมโยงข้อมูลในจิตใจและนำไปสู่การแสดงออกของพฤติกรรม

กระบวนการหาทิศทางสามารถอธิบายในฐานะของกระบวนการแก้ปัญหาในที่ว่าง (Spatial problem solving) (Arther and Passini. 1992)อันประกอบไปด้วยกระบวนการต่างๆ ดังนี้

1) การตัดสินใจ (Decision making) ได้แก่ การวางแผนการกระทำ ซึ่งช่วยให้สามารถวางแผนกระทำและเข้าใจโครงสร้างโดยรวมของสภาพแวดล้อม

2) การตัดสินใจกระทำ (Decision executing) ได้แก่การเปลี่ยนจากแผนมาเป็นการกระทำ เป็นการเปลี่ยนรูปการตัดสินใจมาเป็นการแสดงออกทางพฤติกรรม ซึ่งในส่วนนี้แหล่งข้อมูลที่ช่วย ให้สามารถตัดสินใจกระทำได้ส่วนหนึ่งมาจากแผนที่ในใจ(Cognitive map) ที่มีอยู่

3) กระบวนการประมวลข้อมูล (Information processing) ได้แก่ การเข้าใจข้อมูลจากการตัดสินใจ 2 ประการขั้นต้นในลักษณะการรับรู้และจดจำสภาพแวดล้อม (Environmental proception and cognition)

ทั้งนี้การรับรู้ทิศทาง (Wayfinding) เป็นสิ่งที่มีความเกี่ยวข้องกับการเชื่อมโยงการประสบการณ์ในอดีตการอ่านและประเมินสภาพแวดล้อมความพยายามทำความเข้าใจลักษณะเฉพาะของที่ว่างในสภาพแวดล้อม โดยมีการรับข้อมูลจากป้ายแผนที่และตัวบ่งชี้โดยมีการพิจารณาปัจจัยด้านเวลาความน่าสนใจความปลอดภัยในการใช้เส้นทางด้วยในการรับรู้ข้อมูลต่างๆ จากสภาพแวดล้อมซึ่งประกอบไปด้วยกระบวนการวางแผนก่อนที่จะกระทำซึ่งในการวางแผนนั้น จะประกอบไปด้วย การกำหนดสถานที่ที่จะไป (Where to go) วิธีที่จะไปยังจุดหมาย (How to go) และเวลาที่จะไปยังจุดหมาย (When to go) ซึ่งจะมีผลต่อกระบวนการตัดสินใจ (Decision) โดยกระบวนการตัดสินใจเป็นสิ่งที่มีการลำดับ (Hierarchy) เป็นโครงสร้างและต้องอาศัยข้อมูลจากสภาพแวดล้อม โดยเริ่มจากการตัดสินใจกำหนดจุดหมาย ตัดสินใจกระทำตามลำดับขั้นตอนก่อน-หลังจนกระทั่งไปยังจุดหมาย ทั้งนี้ความคุ้นเคยที่มีต่อสภาพแวดล้อมนั้นก็มีผลต่อการตัดสินใจไปยังจุดหมาย โดยการไปยังจุดหมายภายใต้สภาพแวดล้อมที่มีความคุ้นเคยจะสามารถตัดสินใจกระทำได้โดยอาศัยการวางแผนที่เคยกำหนดขึ้นจากประสบการณ์ในอดีตก็ได้

กระบวนการประมวลข้อมูล (Information processing) การรับรู้(Perception) และการจดจำ (Cognition) เป็นองค์ประกอบสำคัญ โดยการรับรู้(Perception) เป็นการรับข้อมูลเข้ามาผ่านสัมผัสต่างๆ โดยเฉพาะการมองเห็น (Vision) การได้ยิน (Hearing) และ การสัมผัส (Tactual)ตามลำดับ ส่วนการจดจำเป็นการทำความเข้าใจและจัดการข้อมูลที่ได้รับโดยจะพิจารณาที่ส่วนประกอบ (Component) และลักษณะเฉพาะ (Spation characteristic of a setting) ของกายภาพนั้นๆ และ

แสดง ออกมาในลักษณะของแผนที่ในใจ (Arthur and Passini. 1992) ทั้งนี้ได้มีการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อ การจำ (Memory) อาคารในเมือง4 ประการดังนี้

1) รูปทรงอาคารเช่น ขนาด สีรูปร่างรูปแบบ

2) ความสามารถในการมองเห็น (Visibillty)และการเข้าถึง (Access)

3) การใช้งาน (Use) เช่น อาคารที่มีประโยชน์ใช้สอยที่สำคัญหรือใช้บ่อยจะสามารถจำได้

4) ความสำคัญในเชิงสัญลักษณ์เช่น อาคารที่มีความหมายทางประวัติศาสตร์หรือ วัฒนธรรม

Carpman and Grant (2002) กล่าวว่า โดยปกติหากผู้คนสามารถค้นหาเป้าหมายได้อย่างง่ายดาย สภาพแวดล้อมทางกายภาพนั้นก็มักไม่ถูกกล่าวถึงแต่เมื่อใดก็ตามที่ผู้ใช้เกิดการหลงทาง ข้อเสียของสภาพแวดล้อมทางกายภาพนั้นก็จะถูกกล่าวถึง

ความสำเร็จของการหาทิศทาง หรือ ประสิทธิภาพของการค้นหาเป้าหมาย (Wayfinding Performance) หมายถึงการที่ผู้ค้นหาเป้าหมายนั้นรู้ว่า ตนเองอยู่ที่ไหน รู้ว่าเป้าหมายอยู่ที่ไหน และรู้ว่าเส้นทางที่ดีที่สุดที่จะไปถึงเป้าหมายคือเส้นทางใดในขณะเดียวกันก็สามารถจดจำเส้นทางในการเดินทางกลับด้วย

2.2.6 หลักการและวิธีการออกแบบแผนที่

รุ่งชล บุญนัดดา, 2549 ได้อธิบายหลักการและวิธีการออกแบบแผนที่ในเรื่องส่วนประกอบของแผนที่และวิธีการออกแบบแผนที่ดังนี้

1. ส่วนประกอบของแผนที่

แผนที่ทุกประเภทจะมีส่วนประกอบของแผนที่ที่เหมือนกัน ไม่ว่าจะเป็นแผนที่กระดาษ หรือแผนที่เชิงตัวเลข แต่ไม่จำเป็นต้องมีเหมือนกันในทุกส่วน ขึ้นอยู่กับรูปแบบในการนำเสนอ และวิธีการในการออกแบบ แผนที่จะมีส่วนประกอบหลัก 2 ส่วน คือ โครงสร่างแผนที่ และ องค์ประกอบแผนที่การออกแบบที่ดีจะต้องมีการจัดวางโครงสร้าง และองค์ประกอบแผนที่ให้ เหมาะสม เพื่อประกอบเป็นแผนที่ในรูปแบบที่ต้องการนำเสนอ

1) โครงสร้างแผนที่ โครงสร้างแผนที่หมายถึงการกำหนดโครงสร้างของพื้นที่แผนที่เพื่อเตรียมการจัดวาง องค์ประกอบแผนที่ประกอบ ด้วย

1. พื้นที่แผนที่ (map area) หมายถึงบริเวณพื้นที่ของเนื้อหาแผนที่

2. เส้นขอบตัด (neat line) หมายถึงเส้นขอบที่ตัดเนื้อหาของแผนที่ออกมาแสดง

3. เป็นเส้นที่ล้อมรอบเนื้อหาแผนที่

4. เส้นขอบ (border line) หมายถึง เส้นขอบนอกแผนที่อยู่ถัดจากเส้นขอบตัดออกมา

5. ขอบระวาง (margin) หมายถึง บริเวณพื้นที่ที่อยู่นอกกรอบของเนื้อหาแผนที่ ซึ่ง แบ่งออกเป็น ขอบระวางซ้ายขวา บน และล่าง

6. พื้นที่แผนที่แทรก (inset-mapped area) ซึ่งเป็นแผนที่ประกอบแผนที่หลักอาจเป็นแผนที่ที่ขยายมาตราส่วน เพื่อให้เห็นเนื้อหาสำคัญละเอียดขึ้น หรืออาจเป็นแผนที่ที่แสดงที่ตั้ง (locator map) ซึ่งเป็นแผนที่มาตราส่วนเล็กแสดงที่ตั้งแผนที่หลักและบริเวณโดยรอบ

2) องค์ประกอบของแผนที่

องค์ประกอบแผนที่ (map elements) หมายถึง ข้อมูลพื้นฐานที่แผนที่ควรจะมีซึ่งไม่ จำเป็นว่าแผนที่ทุกชนิดจะต้องมีครบตามนี้สามารถละเว้นได้ตามวัตถุประสงค์และวิธีการออกแบบ แผนที่องค์ประกอบของแผนที่จะใช้ในการแสดงเนื้อหา คำอธิบาย และรายละเอียดอื่นๆ เพื่อ ประกอบการสื่อสารให้เข้าใจข้อมูลแผนที่องค์ประกอบของแผนที่มีดังนี้

1. เนื้อหาแผนที่ (map content) ประกอบไปด้วยข้อมูล 3 แบบ คือ

1.1 ข้อมูลทางราบ (planimetric data) เช่น ข้อมูลถนน แม่น้ำและอาคาร

1.2 ข้อมูลความสูง (altimetric data) เช่น เส้นชั้นความสูงและจุดความสูง

1.3 ข้อมูลชื่อทางภูมิศาสตร์ (geographic name) ซึ่งเป็นข้อมูลชื่อสถานที่ เช่น ชื่อ ประเทศ ชื่ออำเภอ ชื่อแม่น้ำและชื่อถนน

2. ข้อมูลแสดงพิกัดแผนที่ได้แก่ พิกัดฉาก (gird) และพิกัดเส้นโครงภูมิศาสตร์ (graticule)

3. ข้อมูลประกอบเนื้อหาแผนที่ได้แก่

3.1 ชื่อหลักและชื่อรองของแผนที่ (title and subtitle)

3.2 คำอธิบายสัญลักษณ์(legend)

3.3 มาตราส่วน (scale)

3.4 เครื่องหมายทิศ (orientation)

3.5 ข้อมูลการจัดทำแผนที่ (data source) ข้อมูลเหล่านี้สามารถวางไว้ในบริเวณที่เหมาะสม ปกติมักจัดวางไว้ที่ขอบระวางแผนที่ เรียกว่า รายการของขอบแผนที่ (marginal information)

2. วิธีการออกแบบแผนที่

การออกแบบส่วนประกอบของแผนที่ จะเริ่มด้วยการกำหนดขนาดแผนที่แล้วออกแบบ โครงร่าง (layout) การจัดวางองค์ประกอบของแผนที่ตามรูปแบบที่ต้องการนำเสนอ โดยปัจจุบัน ซอฟต์แวร์ GIS และแผนที่ส่วนมากจะมีแม่แบบ (template) ของโครงร่างไว้แล้ว นักแผนที่สามารถ เลือกใช้ได้หลากหลายรูปแบบ ทำให้เกิดความสะดวกและรวดเร็วในการออกแบบมากขึ้น

1) ขั้นตอนของการออกแบบเชิงปฏิบัติการ

1. กำหนดไว้ว่าแผนที่จะนำเสนอในรูปแบบไหน เช่น แผนที่บนสื่ออิเล็กทรอนิคส์ เช่น แสดงบนคอมพิวเตอร์และแผนที่บนสื่อสิ่งพิมพ์ ซึ่งรูปแบบการนำเสนอนี้จะทำให้การ ออกแบบแผนที่ต่างกัน

2. เลือกมาตราส่วนและชนิดเส้นโครงแผนที่ให้เหมาะกับวัตถุประสงค์ของแผนที่

3. วิเคราะห์เนื้อหาของแผนที่และสัญลักษณ์

4. กำหนดโครงร่างและวางองค์ประกอบแผนที่ ตามหลักการและวิธีการออกแบบ แผนที่

2) การวางองค์ประกอบของแผนที่

การออกแบบแผนที่แบบต่างๆ จะต้องพิจารณาองค์ประกอบแผนที่เพื่อให้เกิดความ เหมาะสม โดยแผนที่บางประเภทก็ไม่จำเป็นต้องมีองค์ประกอบแผนที่ครบ ขึ้นอยู่กับรูปแบบของ แผนที่ที่จะนำเสนอโดยการวางองค์ประกอบแผนที่มีรายละเอียดดังนี้

1. เนื้อหาแผนที่ (map content) เป็นส่วนสำคัญอันดับแรกเพราะคือข้อมูลหลักของ แผนที่ เนื้อหาของแผนที่มักจะวางไว้ตรงกลางจุดศูนย์กลางเชิงทัศน์ (visual center) ของระวาง แผนที่หรือขอบเขตกระดาษแผนที่ เนื้อหาจะต้องมีความโดดเด่นและครอบคลุมพื้นที่มากที่สุด

2. เส้นขอบตัด (neat line) เป็นเส้นตัดขอบเนื้อหาแผนที่ มักเป็นเส้นบางและอาจมี เส้นขอบนอกล้อมรอบเป็นเส้นที่หนากว่า เรียกว่า เส้นขอบ (border line) ข้อมูลตัวเลขค่าพิกัดแผนที่ จะอยู่นอกเนื้อหาแผนที่โดยอยู่ระหว่างเส้นขอบตัดและเส้นขอบ เส้นขอบเขตเนื้อหาแผนที่ไม่ จำเป็นต้องเป็นรูปสี่เหลี่ยมเรขาคณิต อาจเป็นขอบเขตของพื้นที่ศึกษาวิจัย ซึ่งอาจจะทำให้พื้นที่ แผนที่ดูคล้ายเกาะ (island map) ควรแสดงข้อมูลพื้นที่แบบนี้ประกอบกับแผนที่ข้างเคียงด้วยการทำ ให้เป็นข้อมูลพื้นหลัง (background)

3. ชื่อแผนที่ (title) มีความสำคัญอันดับสองการตั้งชื่อแผนที่ควรมีความกระชับและ สื่อความหมายให้ตรงกับเนื้อหาแผนที่

4. คำอธิบายสัญลักษณ์ (legend) มีความสำคัญอันดับสาม ประกอบไปด้วย รูป สัญลักษณ์และคำอธิบายความหมายของสัญลักษณ์ สัญลักษณ์ที่ปรากฏในแผนที่จะต้องปรากฏใน คำอธิบายด้วยเสมอและมีรูปร่างลักษณะเหมือนกัน

5. แหล่งที่มาของข้อมูล (data source) สิ่งสำคัญที่ต้องแสดงคือผู้จัดทำแผนที่และวันที่ ทำแผนที่ เพื่ออ้างอิงแหล่งที่มาของข้อมูลได้ควรวางไว้ที่ขอบแผนที่และมีขนาดตัวอักษรเล็ก

6. มาตราส่วน (scale) เป็นการแสดงขนาดย่อส่วนของแผนที่เทียบกับขนาดภูมิประเทศจริง โดยแสดงเป็นตัวเลขและกราฟฟิกของมาตราส่วนเส้นบรรทัด (scale bar) แต่ควรมี มาตราส่วนกราฟฟิกด้วยเสมอ เพราะอาจมีการนำแผนที่ไปทำสำเนาโดยย่อหรือขยายแผนที่นั้น มาตราส่วนของแผนที่ที่เปลี่ยนไปตามละติจูดให้ใช้มาตราส่วนชนิดแปรตาม (variable scale) ซึ่งถ้า ซอฟต์แวร์บางชนิดไม่มีลักษณะมาตราส่วนนี้ก็สามารถละเว้นการแสดงมาตราส่วนได้มาตราส่วน มีความสำคัญอยู่ในลำดับหลัง จึงไม่ควรวางให้โดดเด่นมากนัก แต่ก็ไม่ควรให้เล็กเกินไปจนใช้ ประโยชน์ไม่ได้

7. เครื่องหมายทิศ (orientation) ถ้าแผนที่นั้นไม่มีทิศกำกับ ก็แสดงว่าแผนที่ถูก กำหนดให้วางตัวชี้ไปทางทิศเหนือ การออกแบบเครื่องหมายทิศไม่ควรโดดเด่นหรือมีลวดลายมาก เกินไป

8. แผนที่แทรก (inset map) ใช้เพื่อแสดงแผนที่ส่วนขยายและ/หรือย่อส่วนแผนที่ เพื่อแสดงภาพรวมของตำแหน่งที่แสดงบนแผนที่ไม่ควรมีขนาดใหญ่เกินไป ให้วางไว้มุมใดมุม หนึ่งตามความเหมาะสมเพื่อให้เกิดความสมดุลของแผนที

2.3. ข้อมูลพฤติกรรมกลุ่มเป้าหมายของงานวิจัย

2.3.1 ลักษณะทางกายภาพ

1. ลักษณะกลุ่มวัยทำงานช่วงอายุ 35 – 50 ปี

ช่วงนี้นับว่าเป็นช่วงวัยกลางคน ส่วนใหญ่จะมีครอบครัวและมีฐานะที่มั่นคงแล้ว ในช่วงวัยนี้จะมีงานทำอย่างเป็นหลักแหล่ง ไม่เลื่อนลอยเหมือนช่วงก่อน เพราะว่าในช่วงวัยนี้นั้น จะคำนึงถึงเรื่องอนาคตเป็นส่วนใหญ่ และจะคิดต่อไปว่าภายภาคหน้าจะเป็นอย่างไร จะอยู่จะกินอย่างไร และส่วนมากในช่วงอายุ 35-60 ปีนี้ จะไม่ได้อยู่ตามลำพังอีกต่อไป เพราะจะต้องรับผิดชอบชีวิตของผู้อื่นด้วย เช่น ถ้าเป็นผู้ชายเมื่อมีครอบครัวแล้วก็จะกลายเป็นสามีของภรรยา เป็นพ่อของลูก และเป็นหัวหน้าครอบครัว ซึ่งเป็นเสาหลักของครอบครัว ถ้าเป็นผู้หญิงก็จะต้องกลายเป็นภรรยาและเป็นแม่ของลูก มีหน้าที่รับผิดชอบดูแลคนในครอบครัว หรือถ้าหากไม่มีครอบครัว ก็ต้องดูแลพ่อและแม่เมื่อยามท่านแก่ชรา เป็นต้น ทั้งหมดนี้ก็ต่างเป็นหน้าที่ที่ต้องรับผิดชอบทั้งสิ้น ถ้ารากฐานหรือความมั่นคงของครอบครัวไม่มีแล้วนั้น ก็อาจจะต้องทรุดลงไม่วันใดก็วันหนึ่งเป็นได้

ในช่วงวัยนี้ ความมั่นคงทางรายได้ถือว่ามีความมั่นคงสูง เพราะมีงานทำอย่างเป็นหลักแหล่ง ทำให้มีรายได้อยู่ตลอดเวลา ผู้ที่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัวนั้น ส่วนมากจะไม่ค่อยมีปัญหาเรื่องเงินทองมากนัก เพราะส่วนใหญ่จะมีฐานะที่มั่นคงและร่ำรวยในระดับหนึ่งอยู่แล้ว ในขณะที่ผู้ที่มีฐานะยังไม่มั่นคงต้องเร่งสร้างฐานะของตนเพื่อปูรากฐานให้กับชีวิตของตน

และในช่วงวัยนี้เป็นช่วงที่ยาวไปถึงบั้นปลายของชีวิตนั่นก็คือ วัยเกษียณอายุ เมื่ออายุครบ 60 ปี หลังจากวัยนี้ เราจะไม่สามารถทำงานได้อีกยกเว้นคนที่มีธุรกิจส่วนตัว เมื่อถ้าหากไม่สามารถทำงานได้แล้ว ก็จะทำให้รายได้นั้นหายไป ซึ่งจะเหลือแต่เพียงรายจ่ายที่มีมาอยู่อย่างตลอด ดังนั้นการออมเงินจะเข้ามามีบทบาทในช่วงนี้อย่างมาก เพราะว่าเมื่อถ้าได้มีการเก็บออมเงินมาก่อนที่จะเกษียณอายุ ก็จะทำให้มีเงินออมเก็บไว้จำนวนหนึ่ง และเมื่อถึงวัยเกษียณอายุ ก็สามารถที่จะนำเงินส่วนนี้มาใช้จ่ายได้ และอยู่อย่างสุขสบายต่อไป

ดังนั้นในช่วงอายุ 35-60 ปี ซึ่งเป็นเวลาที่ยังมีแรงทำงานหาเงินอยู่นี้ จะเป็นช่วงที่เหมาะสมในการเก็บออมเงินและสร้างรากฐานของชีวิตอีกระดับหนึ่ง เพื่อทำให้ครอบครัวนั้นอยู่อย่างสุขสบาย และมีเงินก้อนเอาไว้ใช้ในยามฉุกเฉินในอนาคต

2. ลักษณะกลุ่มวัยรุ่นช่วงอายุ 15- 22 ปี

1. ระยะวัยรุ่นตอนต้น อายุประมาณ 10 – 13 ปี
2. ระยะวัยรุ่นตอนกลาง อายุประมาณ 14 – 17 ปี

3. ระยะวัยรุ่นตอนปลาย อายุประมาณ 17 – 21 ปี

การเปลี่ยนแปลงและการพัฒนาการในด้านต่าง ๆ ในช่วงระยะวัยรุ่นเป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ เป็นปรากฏการณ์ธรรมชาติที่เด็กทุกคนเมื่อจะเติบโตไปเป็นผู้ใหญ่จะต้องผ่านขบวนการต่างๆ เหล่านี้ ซึ่งถือเป็นสิ่งสำคัญและต้องเรียนรู้ ฉะนั้นตัววัยรุ่นเองรวมถึงพ่อแม่ ผู้ปกครอง บุคลากรต่างๆ รวมทั้งแพทย์ที่ทำหน้าที่เกี่ยวข้องกับวัยรุ่นควรจะได้มีความเข้าใจในสิ่งต่างๆ เหล่านี้ ตัวอย่างเช่น ในด้านการเจริญเติบโตทางด้านร่างกายของเด็กจะมีกลุ่มเด็กที่มีการเจริญเติบโตเร็วและกลุ่มที่มีการเจริญเติบโตช้า แต่ในที่สุดทั้ง 2 กลุ่มก็จะสามารถเจริญเติบโตได้ทันกันในที่สุด แต่จะเป็นไปได้มากน้อยแค่ไหนเต็มตามศักยภาพหรือไม่คงจะขึ้นกับปัจจัยอื่นๆ ร่วมด้วย เช่น พันธุกรรม การเลี้ยงดู ภาวะโภชนาการ ปัญหาสุขภาพของร่างกาย สังคมและสิ่งแวดล้อมต่างๆ ฯลฯ

ระยะวัยรุ่นช่วงต้น

เริ่มมีการเปลี่ยนแปลงของร่างกาย มีการเจริญเติบโตมีการเพิ่มขนาดความสูง น้ำหนัก ขณะเดียวกันก็มีการเปลี่ยนแปลงทางด้านสรีระวิทยาเป็นวัยหนุ่มสาว เข้าสู่วัยเจริญพันธ์ ซึ่งในปัจจุบันจะพบว่าทั้งเด็กผู้ชายและเด็กผู้หญิงจะมีอายุเข้าสู่วัยหนุ่มสาวเร็วมากขึ้น โดยเฉพาะในเด็กผู้หญิงที่ค่อนข้างสมบูรณ์และอ้วนจะมีประจำเดือนตั้งแต่อายุ 8-9 ปี ลักษณะภายนอกที่เราสามารถตรวจพบเห็นเป็นอันดับแรกเมื่อเข้าสู่วัยรุ่นของเด็กผู้หญิงคือ การเริ่มมีหน้าอก ที่เรียกว่า Breast bud ในเด็กผู้ชายคือลูกอัณฑะที่มีขนาดใหญ่มากขึ้น โดยปกติทั่วไปเด็กผู้หญิงจะเข้าสู่วัยรุ่นเร็วกว่าเด็กผู้ชายเฉลี่ยประมาณ 2 ปี เด็กเมื่อเข้าวัยรุ่นจะมีความกังวลและสงสัยในเรื่องเหล่านี้ค่อนข้างมาก สงสัยว่าสิ่งที่ตัวเองเป็นปกติเหมือนคนอื่นหรือไม่และมักจะเอาไปเปรียบเทียบกับเพื่อนๆ สงสัยเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงทางด้านร่างกาย อวัยวะต่างๆ รวมถึงความรู้สึก อารมณ์ที่เกี่ยวกับเรื่องเพศ ความเป็นหนุ่มสาว ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการมีประจำเดือน เต้านม ความรู้สึกทางเพศ การแข็งตัวของอวัยวะเพศ การสำเร็จความใคร่ด้วยตนเอง ขนาดและลักษณะของอวัยวะสืบพันธุ์ทั้ง 2 เพศ บางครั้งเราจะเห็นว่าเด็กสนใจแอบดูหนังสือหรือเว็บไซด์ลามกต่างๆ โดยไม่ให้พ่อแม่รู้เนื่องจากสังคมไทยส่วนใหญ่ยังมองเรื่องเพศเป็นสิ่งที่ปกปิด เรื่องลับ ยังมองเรื่องเพศไปในทางลบซึ่งในความเป็นจริงเพศเป็นเรื่องของธรรมชาติ เป็นสิ่งที่เด็กเมื่อเข้าสู่วัยผู้ใหญ่ต้องมีการเรียนรู้แลพัฒนาการในเรื่องเพศอย่างถูกต้องเหมาะสม ในระยะวัยรุ่นช่วงต้นวัยรุ่นบางคนอาจจะมีประสบการณ์ทางเพศและมีเพศสัมพันธ์เกิดขึ้นในช่วงนี้แต่พบได้เป็นส่วนน้อย

เมื่อเด็กเริ่มเข้าวัยรุ่นจะให้ความสนใจกับกิจกรรมในครอบครัวหรือเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ กับพ่อแม่น้อยลงและเริ่มจะไม่ค่อยยอมรับคำแนะนำและคำติชมจากพ่อแม่ พ่อแม่มักจะพบว่าเด็กที่เคยน่ารัก เชื่อฟัง เริ่มต่อต้านและฝ่าฝืนคำสั่งบ้าง แต่ไม่รุนแรงมากนักซึ่งเป็นลักษณะของการพัฒนาการ

อย่างหนึ่งของวัยรุ่นที่พยายามจะเป็นอิสระ ความเป็นตัวของตัวเองมากยิ่งขึ้น แต่ในความเป็นจริงลึกๆ วัยรุ่นยังไม่มั่นใจในตัวเองยังต้องการความช่วยเหลือสนับสนุนจากพ่อแม่อยู่ ขณะเดียวกันในช่วงนี้เด็กเริ่มมีสังคมกว้างขวางขึ้น เรียนรู้โลกมากขึ้น มีเพื่อน กลุ่มเพื่อนจะเข้ามามีบทบาท กลุ่มเพื่อนส่วนใหญ่จะเป็นเพื่อนเพศเดียวกัน กลุ่มเพื่อนจะช่วยทำให้วัยรุ่นเกิดความมั่นใจในเรื่องที่วิตกกังวลต่างๆ มากขึ้น เพราะกลุ่มเพื่อนมีลักษณะต่างๆ ที่เหมือนๆ กัน วัยรุ่นช่วงนี้จะให้ความสำคัญกับความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนค่อนข้างมาก มีการให้คำมั่นสัญญาและสาบานร่วมกันเกิดความรู้สึกมีอารมณ์ร่วมและลึกซึ้ง รักเพื่อนมาก กิจกรรมร่วมกับเพศตรงข้ามมักจะทำเป็นลักษณะกลุ่มหญิง กลุ่มชาย

วัยรุ่นช่วงต้นมีอารมณ์และพฤติกรรมแปรปรวนอ่อนไหวง่าย หงุดหงิด ยังมีความรู้สึกที่ยึดตัวเองเป็นหลัก (Self - centered) และยังมีความคิดเป็นแบบ Concrete though เป็นส่วนใหญ่ ไม่สามารถควบคุมอารมณ์และพฤติกรรมของตัวเองได้ ไม่สามารถเข้าใจหรือมองเห็นผลที่จะเกิดขึ้นตามมาในอนาคตซึ่งเป็นผลจากการกระทำหรือพฤติกรรมในปัจจุบัน เป็นอันหนึ่งนำไปสู่การมีพฤติกรรมเสี่ยงหรือทดลองทำพฤติกรรมต่างๆ ที่ไม่เหมาะสม วัยรุ่นช่วงต้นจะเริ่มพัฒนาการมีค่านิยมที่เป็นของตัวเอง ต้องการความเป็นส่วนตัว พ่อแม่ควรได้เปิดโอกาสให้เด็กมีสถานที่อาจจะเป็นมุมใดมุมหนึ่งของห้องหรือส่วนใดส่วนหนึ่งของบ้านหรือมีห้องเฉพาะให้เป็นที่เฉพาะส่วนตัวของเขา และไม่ไปก้าวก่ายโดยไม่จำเป็น แต่คอยสังเกตการณ์อยู่ห่างๆ เด็กช่วงนี้จะมีความคิดที่ค่อนข้างเพ้อฝันเกินความเป็นจริง มีการวางแผนในอนาคตหรือเป้าหมายชีวิตที่เกินความสามารถของตนเอง เช่น นักบินอวกาศ นักวิทยาศาสตร์ระดับโลก นักร้องชื่อดัง และมักจะคิดว่าตนเองสำคัญและคนอื่นๆ ให้ความสนใจตนเอง แต่ในขณะเดียวกันก็มีความรู้สึกว่าตนเองโดดเดี่ยว ไม่มีใครให้ความสนใจในตนเองเลย ปัญหาของตนเองไม่เหมือนใครและไม่มีใครเหมือน ดูเหมือนไม่มีใครจะเข้าใจและช่วยเหลือแก้ไขปัญหาของตนเองได้

ระยะวัยรุ่นช่วงกลาง

เป็นช่วงระยะเวลาที่อัตราการเจริญเติบโตและการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ของร่างกายและอวัยวะต่างๆ เริ่มลดลง การเจริญเติบโตของร่างกายและความเป็นหนุ่มสาวมีความสมบูรณ์เกือบเท่าผู้ใหญ่ ความตื่นเต้น วิตกกังวล สงสัย ต่อการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวลงน้อยลง มีความพร้อมทางด้านร่างกายเข้าสู่ระยะการเจริญพันธุ์ ระยะช่วงนี้วัยรุ่นส่วนใหญ่พอใจและยอมรับในการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่เกิดขึ้น ขณะเดียวกันก็สนใจให้เวลาในการดูแลตนเอง รูปร่าง หน้าตา ให้ดูสวยงามสร้างความสนใจให้กับผู้พบเห็น จะเห็นว่าวัยรุ่นสนใจการแต่งเนื้อแต่งตัว โดยบทบาทของเพื่อนก็จะยังเข้ามามีบทบาทในเรื่องดังกล่าวค่อนข้างมาก เด็กวัยรุ่นมักจะแต่งตัวแปลกๆ และเหมือนกับกลุ่มเพื่อนให้ได้รับการยอมรับความสนใจและการยอมรับจากกลุ่ม

ระยะวัยรุ่นช่วงกลางเป็นช่วงระยะเวลาที่มีความรุนแรงทางด้านอารมณ์และความรู้สึกต่างๆ ค่อนข้างมาก บทบาทค่านิยมของเพื่อนจะเป็นสิ่งสำคัญและมีบทบาทต่อเด็กวัยรุ่นช่วงนี้และวัยรุ่นจะใช้เวลาส่วนใหญ่อยู่กับเพื่อน ทำกิจกรรมกับกลุ่มเพื่อน มีเพื่อนที่สนิท ขณะเดียวกันก็เป็นช่วงระยะเวลาที่มีความขัดแย้งกับผู้ปกครอง พ่อแม่ มากที่สุด จะให้ความสนใจและเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ของครอบครัวพ่อแม่ลดน้อยลง เนื่องจากต้องการเป็นอิสระและเป็นตัวของตัวเอง มีการฝ่าฝืนกฎระเบียบ กติกาต่างๆ มากขึ้น เนื่องจากต้องการทดลองเรียนรู้ ทดสอบว่าตนเองทำได้หรือไม่ ไม่ชอบให้ใครมาบังคับหรือสั่งการ เด็กเริ่มเรียนรู้สังคมภายนอกครอบครัวมากขึ้น เริ่มมีกิจกรรมและมีความสัมพันธ์กับเพศตรงข้ามมากยิ่งขึ้น เด็กอาจจะเริ่มมีเพื่อนหญิงหรือเพื่อนชาย เริ่มมีความสัมพันธ์แบบคู่รัก แต่ยังเป็นความรักแบบรักตัวเองมากกว่าที่จะเป็นไปในลักษณะของความสัมพันธ์ลึกซึ้ง ความรับผิดชอบ มีการนัดหมายไปทานอาหาร ดูหนัง มอบสิ่งของให้แก่กันเนื่องในโอกาสต่างๆ เพื่อให้ได้รับการยอมรับจากกลุ่มเพื่อน ดูเท่ห์ หรูหรา วัยรุ่นบางคนการมีความสัมพันธ์ใกล้ชิด จนนำไปสู่การมีความสัมพันธ์แบบชู้สาวและมีเพศสัมพันธ์ ขณะเดียวกันวัยรุ่นช่วงนี้เป็นช่วงระยะเวลาที่มีความอยากรู้อยากทดลองในเรื่องเพศมากเป็นพื้นฐานเดิมเนื่องจากมีการเปลี่ยนแปลงทางด้านสรีระ ฮอร์โมนเพศทำให้มีความพร้อมในอารมณ์และกิจกรรมทางเพศ ทำให้วัยรุ่นช่วงนี้มีการเรียนรู้และทดลองกิจกรรมในเรื่องเพศสัมพันธ์มากขึ้น ซึ่งถ้าไม่ได้รับการแนะนำหรือปฏิบัติตัวอย่างเหมาะสมอาจจะนำไปสู่ปัญหาทางด้านสังคมและสุขภาพต่างๆ ตามมา เช่น การตั้งครรภ์ในวัยหนุ่มสาว การติดต่อโรคทางเพศสัมพันธ์ ต้องออกจากสถาบันการศึกษา ฯลฯ

ความรู้สึกอ่อนไหวและโรแมนติกเป็นสิ่งที่พบได้มากในวัยรุ่นช่วงนี้ ทำให้วัยรุ่นจะหมกมุ่นและหลงใหลชอบบรรยากาศที่สุนทรีย์ รวมถึงการฟังเพลงต่างๆ จะมีผลต่อวัยรุ่นเป็นอย่างมาก ซึ่งมีผู้ทำการศึกษาพบว่าบทเพลงต่างๆ ก็จะมีผลกระทบต่อพฤติกรรมและการแสดงออกของวัยรุ่น พวกเพลง Hard Rock จะกระตุ้นให้มีความสึกหึกเหิม ก้าวร้าว ในวัยรุ่นช่วงกลางถึงแม้จะมีความคิด มีเหตุผลมากกว่าเดิมแต่เมื่อพบปัญหาหรือสภาวะวิกฤตต่างๆ ความคิด การแก้ไขปัญหาต่างๆ หรือการพัฒนาการในด้านต่างๆ ก็จะถดถอยไปเหมือนในระยะวัยรุ่นช่วงต้นได้ ดังเราจะเห็นได้ชัดกรณีวัยรุ่นกลุ่มอาชีวะศึกษายกพวกตีกัน เนื่องจากความไม่พอใจเพื่อนต่างสถาบัน การแก้ปัญหาโดยไม่คำนึงถึงความถูกต้อง ยึดติดอยู่กับกลุ่มเพื่อน

เพื่อนในช่วงระยะวัยรุ่นช่วงกลางมีความสำคัญและมีบทบาทต่อเพื่อนด้วยกันมาก เพื่อนเข้ามามีส่วนร่วมในชีวิตประจำวันมากยิ่งขึ้น ต้องการความยอมรับจากเพื่อนๆ เป็นเหตุให้วัยรุ่นมักมีกิจกรรม การกระทำต่างๆ เช่น การแต่งตัว การแสดงออก และพฤติกรรมต่างๆ ไปในแนวเดียวกัน โดยบางครั้งไม่ได้คำนึงถึงความถูกต้องเหมาะสม เพียงแต่ต้องการยอมรับจากเพื่อนๆ ในกลุ่มเดียวกันถ้าได้เพื่อนดี

ชักชวนกันทำกิจกรรมต่างๆ ในทางสร้างสรรค์ เด็กวัยรุ่นก็จะมีพฤติกรรมเสี่ยงต่อปัญหาต่างๆ ค่อนข้างน้อย แต่ในทางตรงกันข้ามถ้ามีเพื่อนกลุ่มเกเร ไม่รับผิดชอบ ไม่สนใจการเรียน มีพฤติกรรมก้าวร้าว ดื่มเหล้า สูบบุหรี่ ก็จะชักนำให้เพื่อนกลุ่มเดียวกันมีพฤติกรรมเสี่ยงและปัญหาต่างๆ ตามมา นักวิชาการได้กล่าวไว้น่าสนใจว่า ผู้ปกครองมักจะโทษกลุ่มเพื่อนว่าชักชวนให้บุตรหลานของเราไปมีพฤติกรรมหรือการกระทำที่ไม่เหมาะสมนั้น อาจจะไม่ถูกต้องทั้งหมดเพราะเขาเชื่อว่าบุตรหลานของเราต่างหาก ที่เป็นคนที่จะเลือกคบเพื่อนตามพื้นฐานความชอบหรือนิสัยที่เขามีอยู่เดิม คือ เขาเป็นคนเลือกคบเพื่อนตามแบบที่เขาชอบและพอใจ แล้วไปปฏิบัติตัวตามเพื่อนเพื่อให้กลุ่มเพื่อนยอมรับ วัยรุ่นช่วงนี้จะมีกลุ่มเพื่อนทำกิจกรรมต่างๆ เช่น ชมรมกีฬา ดนตรี วิชาการ ศาสนา อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ฯลฯ ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นและควรสนับสนุนให้วัยรุ่นได้เข้าไปมีส่วนร่วม เพราะนอกจากกระตุ้นให้วัยรุ่นรู้จักใช้เวลาทำกิจกรรมต่างๆ ยังส่งเสริมให้รู้จักการอยู่ร่วมทำกิจกรรมกับผู้อื่น เสียสละ เข้าใจสังคมภายนอกมากขึ้น และยังสร้างเสริมให้เกิดความภาคภูมิใจในตนเอง เห็นคุณค่าของตัวเองมากขึ้น ความคิด ความสามารถ ทักษะต่างๆ ตลอดจนความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ มีเพิ่มขึ้นอย่างมากในช่วงนี้จึงเป็นช่วงที่สำคัญที่พยายามเปิดโอกาสให้วัยรุ่นแสดงความสามารถ การแสดงออกอย่างสร้างสรรค์ ก็จะเกิดประโยชน์ต่อวัยรุ่นอย่างมาก วัยรุ่นช่วงนี้จะมีความคิดอยู่ในกรอบของความเป็นจริง มีเหตุผล รู้ขอบเขตความสามารถและข้อจำกัดของตนเอง ทำให้ความคิดเพ้อฝันหรือการวางแผนชีวิตในอนาคตอยู่บนพื้นฐานของความเป็นจริงและเป็นไปได้ ซึ่งในกลุ่มเด็กที่มีเชาว์ปัญญาอยู่ในเกณฑ์เฉลี่ยปานกลางหรือต่ำกว่าปกติบางครั้งอาจจะทำให้เกิดความรู้สึกหรือมีประสบการณ์ที่รู้สึกท้อแท้ ขาดความเชื่อมั่นในตนเอง บางคนอาจจะมีภาวะซึมเศร้าได้ ความรู้สึกที่คิดเข้าข้างตนเอง คิดว่าตนเองแน่กว่าคนอื่นๆ หลายสิ่งหลายอย่างที่เกิดขึ้นกับคนอื่นๆ นั้นจะไม่เกิดขึ้นกับตนเอง ตัวเองแน่ ตัวเองไม่ตายและไม่เหมือนใคร อันนำไปสู่พฤติกรรมเสี่ยงหรือทดลองการกระทำในสิ่งต่างๆ ที่ตนเองรู้ว่าไม่ดีหรือมีผลเสีย แต่ด้วยความเชื่อมั่นที่ผิดๆ ว่าสิ่งต่างๆ หรือผลที่จะเกิดตามมาจะไม่เกิดขึ้นกับตน ทำให้เกิดปัญหาต่างๆ ตามมา เช่น อุบัติเหตุ ซึ่งการขับขี่มอเตอร์ไซด์เป็นสาเหตุการตายอันดับหนึ่งของวัยรุ่น การใช้สารเสพติด เหล้า บุหรี่ ยาบ้า การตั้งครรภ์ การติดต่อโรคทางเพศสัมพันธ์ โรคเอดส์ ฯลฯ ซึ่งเป็นปัญหาการเจ็บป่วยและการตายที่สำคัญในช่วงระยะวัยรุ่น

ระยะวัยรุ่นช่วงปลาย

วัยรุ่นช่วงนี้การเจริญเติบโต การเปลี่ยนแปลงของร่างกายมีความสมบูรณ์ เป็นผู้ใหญ่เต็มที่แล้ว มีความพร้อมทางด้านการเจริญพันธ์สมบูรณ์ทั้งเพศหญิงและเพศชาย มั่นใจและพอใจลักษณะรูปลักษณ์ของตนเอง ไม่รู้สึกมีปมด้อย นอกจากบางคนที่มีความพิการหรือมีความผิดปกติ วัยรุ่นช่วงปลายเป็นช่วงระยะเวลาที่รู้สึกอิสระเป็นตัวของตัวเอง จากความรู้สึกที่จะต้องพึ่งพาพ่อแม่หรืออยู่ใต้

การบังคับบัญชาของผู้ปกครอง ความขัดแย้งในช่วงวัยรุ่นช่วงกลางจึงกลับเปลี่ยนแปลงเป็นความเข้าใจถึงความรักความหวังดี ความเอื้ออาทรที่พ่อแม่มีต่อตัววัยรุ่นยอมรับฟังข้อคิดเห็นข้อเสนอแนะต่างๆ จากพ่อแม่ กลับมาให้ความสำคัญและเห็นคุณค่าของพ่อแม่ที่มีต่อตัววัยรุ่นเพิ่มมากขึ้น ขณะเดียวกันก็ให้ข้อคิดเห็นข้อเสนอแนะคำปรึกษาและสร้างความสัมพันธ์กับพ่อแม่ในแบบลักษณะแบบผู้ใหญ่กับผู้ใหญ่มากกว่าที่จะเป็นแบบพ่อแม่กับลูก เหมือนในช่วงระยะวัยรุ่นช่วงต้นๆ แต่วัยรุ่นบางคนที่มีพัฒนาการในช่วงระยะต้น และระยะกลาง ไม่สามารถที่จะดำเนินมาได้อย่างราบรื่น เกิดความสับสน อาจมีความรู้สึกไม่มั่นใจในตัวเองที่จะแยกออกมาเป็นอิสระ รับผิดชอบตัวเองแบบเต็มตัว บางครั้งเกิดปัญหาต่างๆ ตามมาได้ ที่บางครั้งเรียกว่า "Crisis of 21 " ซึ่งอาจจะมีภาวะซึมเศร้า พยายามฆ่าตัวตายหรือปัญหาทางด้านอารมณ์ วัยรุ่นช่วงปลายจะมีความคิด การตัดสินใจ อย่างมีเหตุผล มีความอดทนและความยับยั้งชั่งใจมากขึ้น มีการประณีประนอม รู้ขอบเขตและข้อจำกัดของตนเอง ในสังคมต่างประเทศแถบตะวันตกวัยรุ่นตอนปลายมักจะแยกมาอยู่ต่างหาก รับผิดชอบตัวเอง แต่ในประเทศไทยเรา ยังไม่ชัดเจนนัก เนื่องจากวัฒนธรรมทางด้านสังคมและวิถีชีวิตของคนไทยแตกต่างจากชาวตะวันตก แต่อย่างไรก็ตามวัยรุ่นไทยในปัจจุบันเนื่องจากระบบการศึกษาทำให้วัยรุ่นต้องไปศึกษาในสถานศึกษาที่ห่างไกล ต้องไปรับผิดชอบตัวเองมากขึ้น แต่ยังคงต้องอาศัยความช่วยเหลือทางด้านการเงินจากผู้ปกครอง แต่วัยรุ่นบางกลุ่มก็ทำงานมีรายได้เป็นของตนเองและรับผิดชอบการศึกษาด้วยตนเอง เพื่อนและกลุ่มเพื่อนที่มีบทบาทและมีความสำคัญกับวัยรุ่นในช่วงต้นและช่วงกลางมาก ในช่วงปลายจะไม่ค่อยมีความสำคัญกับวัยรุ่น เนื่องจากวัยรุ่นช่วงปลายจะมีความรู้สึกนึกคิดและค่านิยมที่เป็นของตัวเองแล้วเป็นส่วนใหญ่ ยกเว้นบางคนส่วนน้อยที่ยังไม่สามารถค้นหาหรือมีเอกลักษณ์เป็นตัวของตัวเอง ซึ่งกลุ่มนี้อาจจะต้องรอเวลาไปอีกสักระยะหนึ่ง จะมีเพื่อนสนิทรู้ใจซึ่งเป็นตัวบุคคลมากกว่าเป็นกลุ่มเพื่อน

การมีคู่รัก การมีเพศสัมพันธ์ ในวัยรุ่นช่วงปลาย จะมีความรับผิดชอบจริงใจ เห็นอกเห็นใจ ให้เกียรติแก่ฝ่ายตรงข้ามรับผิดชอบร่วมกัน การมีเพศสัมพันธ์ อย่างรับผิดชอบ เข้าใจยอมรับ มีการวางแผน คำนึงถึงวัฒนธรรม ค่านิยมทางสังคมมากกว่าความรู้สึกหรือความต้องการทางเพศเพียงอย่างเดียว บางคนอาจจะมีแผนชีวิตในการสร้างครอบครัว แต่งงานกับคนใดคนหนึ่งที่ตนรัก ไม่ใช่เพียงแต่ความต้องการทางอารมณ์เพศหรือทดลองสนุกสนาน วัยรุ่นช่วงปลายเป็นช่วงระยะเวลาที่สำคัญที่วัยรุ่นสามารถเข้าใจและปลูกฝังในเรื่องที่เป็นนามธรรมได้ดี เช่น คุณธรรม จริยธรรม ศาสนา ค่านิยมทางสังคม ค่านิยมเรื่องเพศ เด็กได้มีพัฒนาการในด้านนี้มาตั้งแต่เด็ก จนถึงช่วงอายุ 6-12 ปี เป็นระยะพัฒนาการของ Superego ซึ่งเด็กมีพัฒนาการในเรื่องนี้ แต่เด็กไม่ได้เข้าใจ หรือเห็นดีเห็นงามด้วย ความรู้สึกจริงๆ ของเด็ก มีการวางแผนชีวิตในอนาคตอยู่ในขอบเขตของความเป็นจริงและ

ความสามารถของตัวเอง มีความเข้าใจตัวเองมากขึ้น กลับมามีความสัมพันธ์ที่ดีกับพ่อแม่ คนในครอบครัว ในวัยรุ่นในช่วงปลายจะมีความเข้าใจและยอมรับถึงผลกระทบต่อสุขภาพที่จะเกิดขึ้นในอนาคต อันเป็นผลจากการกระทำหรือพฤติกรรมในปัจจุบันทำให้เกิดการยอมรับและแก้ไขพฤติกรรมเสี่ยงต่าง ๆ ที่ไม่เหมาะสมได้ง่ายมากขึ้น

การพัฒนาการทางด้านจิตสังคมของวัยรุ่นในช่วงต่างๆ มีความแตกต่างกันแต่จะมีความต่อเนื่องเกี่ยวข้องกัน การกำหนดโดยใช้ช่วงอายุดังกล่าวเพื่อใช้เป็นกรอบและแนวคิดเท่านั้น เมื่อนำไปปฏิบัติจริงๆ จะเห็นว่าวัยรุ่นบางคนก็มีการพัฒนาการในด้านต่างๆ ก้าวหน้ากว่าอายุจริงและขณะที่บางคนอาจจะมีความล่าช้าในบางเรื่อง ทั้งนี้เพราะว่าพัฒนาการในด้านต่าง ๆ ของวัยรุ่นในสังคมต่างๆ ในแต่ละช่วงอายุมีความหลากหลายและแตกต่างกันไปบ้าง ทั้งนี้คงจะไม่สามารถชี้ชัดลงไปได้เลยว่าอะไรถูกผิด เพราะมีปัจจัยอื่นๆ ที่เข้ามามีส่วนในการเรียนรู้ต่อการเปลี่ยนแปลงความก้าวหน้าทางด้านพัฒนาการในด้านต่างๆ คงจะต้องคำนึงถึงปัจจัยอื่นๆ ร่วมด้วยก่อนที่จะตัดสินว่าเหมาะสมถูกต้องหรือไม่ แต่อย่างไรก็ตามสิ่งที่รวบรวมมานำเสนอเป็นสิ่งที่วัยรุ่นส่วนใหญ่มีการพัฒนาการทางด้านสังคมจิตวิทยาในช่วงอายุต่างๆ มีลักษณะดังกล่าวข้างต้น สิ่งที่น่าสนใจคือการเจริญเติบโตและการพัฒนาการในด้านต่างๆ ของวัยรุ่นเกิดขึ้นอย่างมากและรวดเร็วในระยะเวลาสั้นๆ ซึ่งเป็นช่วงระยะเวลาที่วัยรุ่นจะต้องมีการปรับตัวมีการเรียนรู้ ฝึกทักษะ ในด้านต่างๆ ค่อนข้างมาก จึงเป็นช่วงระยะเวลาที่สำคัญที่บุคลากรทางการแพทย์ ผู้ปกครอง ตลอดจนตัววัยรุ่น ควรได้รับทราบ ให้ความสนใจได้รับการดูแลเอาใจใส่ อีกช่วงระยะเวลาหนึ่งนอกจากในวัยเด็ก ที่จะประคับประคองให้เด็กสามารถผ่านระยะวัยรุ่น ซึ่งถือว่าเป็นระยะเวลาธรรมชาติมรสุมของชีวิตไปได้อย่างปลอดภัยเพื่อเป็นผู้ใหญ่ที่ดีและมีคุณภาพ

2.3.2 ลักษณะทางจิตภาพ

1. บทบาทของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

การส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยได้เติบโตอย่างรวดเร็วและต่อเนื่องมาตลอดระยะเวลากว่า 40 ปี ท่ามกลางความราบรื่นและอุปสรรคนานาประการ ทั้งนี้ เป็นที่ตระหนักว่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีส่วนแก้ไขปัญหาวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจของประเทศ ดังนั้นอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจึงจัดเป็นสาขาการพัฒนาที่มีความสำคัญสูง อย่างไรก็ตาม การเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศยังมีปัญหาด้านความยั่งยืน อันเนื่องมาจากปัจจัยที่เกิดขึ้นทั้งภายในประเทศและภายนอกประเทศ

สำหรับกระแสด้านการท่องเที่ยวของไทย พบว่ามีการนำเสนอแนวคิดและผลักดันกิจกรรมด้านการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยึดกระแสหลักด้านเศรษฐกิจมาโดยตลอด อาทิ ในช่วงปี 2547-

2549 มุ่งกระแสหลักด้านการนำการท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการแก้ปัญหาเศรษฐกิจ ดังนั้น เป้าหมายการพัฒนาการท่องเที่ยวจึงมุ่งเน้นเรื่องจำนวนคน และรายได้ในรูปเงินตราต่างประเทศ

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 9 ได้คำนึงถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวในฐานะเป็นภาคบริการที่เสริมสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจของประเทศ จึงได้กำหนดให้การท่องเที่ยวจัดอยู่ในยุทธศาสตร์การเพิ่มสมรรถนะและขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ โดยการปรับโครงสร้างของการบริการบนพื้นฐานการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน ให้ความสำคัญกับการเพิ่มผลิตและการสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าซึ่งมีเป้าหมายให้ประเทศไทยมีรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างประเทศเพิ่มขึ้นโดยเฉลี่ยร้อยละ 7 – 8 ต่อปี และให้คนไทยท่องเที่ยวในประเทศเพิ่มขึ้นไม่ต่ำกว่าร้อยละ 3 ต่อปี

สำหรับปี 2550 ได้มีปรากฏการณ์ที่เป็นกระแสหลักในสังคมไทย คือ "ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง" ซึ่งได้รับการตอบสนองถึงขั้นเป็นวาระแห่งชาติ ดังจะพิจารณาได้จาก เป้าหมายที่ระบุ ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10 (พ.ศ.2550-2555)
นักท่องเที่ยวมีความสำคัญในภาคเศรษฐกิจที่จะได้รับประโยชน์สูงสุดทั้งจากรายได้และจากการจ้างงานได้แก่ ภาคการค้าส่งและค้าปลีก(wholesale and retail sector) ตามมาด้วยภาคการให้การบริการทางธุรกิจ

การท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อด้านเศรษฐกิจและสังคม ดังนี้

ด้านเศรษฐกิจ

1. ก่อให้เกิดรายได้ในรูปของเงินตราต่างประเทศ การท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของอุตสาหกรรมบริการ และเป็นแหล่งสำคัญของการนำเงินตราต่างประเทศเข้าประเทศ โดยในปี 2545 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสามารถส่งเสริมการเจริญเติบโตให้แก่เศรษฐกิจโลกเป็นมูลค่าประมาณ 3,300 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ของผลิตภัณฑ์มวลรวม(GDP)

2.เกิดการจ้างแรงงาน สร้างอาชีพ โดยในปี 2545 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสามารถสร้างงานจำนวนประมาณ 200 ล้านตำแหน่งทั่วโลกสำหรับการจ้างงานในปี 2545 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีส่วนช่วยในการสร้างงานให้แก่ประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ในอัตราร้อยละ 7.3 ของการจ้างงานโดยรวม หรือจำนวน 1 คน ต่อ 13.7 งาน
ทั้งนี้คาดว่าในปี 2555 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจะมีส่วนช่วยในการจ้างงานในอัตราร้อยละ 7.6ในจำนวนงาน 23 ล้านตำแหน่ง ซึ่งโดยเฉลี่ยจะมีอัตราส่งเสริมการจ้างงานร้อยละ 2.9 ต่อปี ระหว่างปี 2545-2555 และเมื่อพิจารณาถึงแนวโน้มการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในช่วงทศวรรษหน้า คาดว่าส่วนแบ่งของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ใน GDP และการสร้างงานจะเพิ่มขึ้นใน

ประเทศอาเซียนทั้งหกประเทศ ยกเว้นประเทศไทย ซึ่งจะคงเดิมที่อัตราร้อยละ 12 และร้อยละ 9.4 ตามลำดับ

ด้านสังคม

1. 1.เกิดการพัฒนาสาธารณูปโภค สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ
2. 2.ปลูกจิตสำนึกการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว
3. 3.เปิดโลกทัศน์ให้แก่นักท่องเที่ยว

2. นักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

สถาบันวิจัยเพื่อพัฒนาประเทศไทย (2540) ระบุว่านักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สามารถจำแนกได้เป็น 4 ประเภท คือ

ประเภทที่ 1 นักท่องเที่ยวแบบหัวกระทิ (hard-core nature tourists) เป็นนักท่องเที่ยวที่เน้นความสำคัญในการศึกษาค้นคว้าขณะ ที่เที่ยวชมธรรมชาติ

ประเภทที่ 2 นักท่องเที่ยวธรรมชาติแบบอุทิศตน (dedicated nature tourists) เป็นนักท่องเที่ยวที่เน้นเจาะจงไปเที่ยวสถานที่ ธรรมชาติโดยเฉพาะ เพื่อจะได้รู้ได้เข้าใจในธรรมชาติหรือประเพณีท้องถิ่น

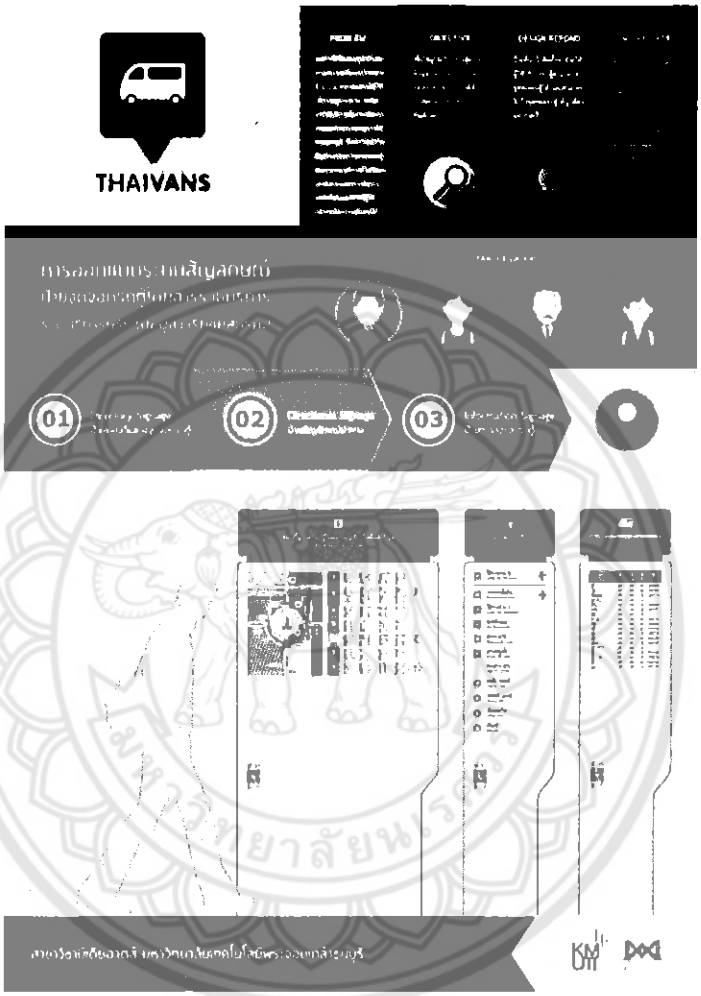
ประเภทที่ 3 นักท่องเที่ยวธรรมชาติเป็นหลัก (mainstream nature tourists) เป็นนักท่องเที่ยวที่ชอบไปสถานที่แปลกๆ ที่ไม่เคยไปมาก่อน เช่น ไปเยือนลุ่มน้ำอเมซอน (Amazon) อุทยานกอริลาในรวันดา (Rawanda Gorilla Park) หรือจุดหมายปลายทางอื่นๆ ที่เป็นการริเริ่มสำหรับโปรแกรมท่องเที่ยวพิเศษ

ประเภทที่ 4 นักท่องเที่ยวธรรมชาติตามโอกาส (casual nature tourists) เป็นนักท่องเที่ยวที่บังเอิญต้องไปชมธรรมชาติ เพราะเป็นส่วนหนึ่งของโปรแกรมท่องเที่ยวที่ตนได้เลือกไป

นอกจากนี้ สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย, 2539 ได้กล่าวถึงลักษณะของนักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ว่า จะต้องเป็นนักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมที่เหมาะสมกับวัตถุประสงค์ในการศึกษาหาความรู้ และประสบการณ์ เพื่อเสริมสร้างจิตสำนึกใน การอนุรักษ์ธรรมชาติ

4.กรณีศึกษา

2.4.1 การออกแบบระบบสัญลักษณ์ป้ายจุดจอดรถตู้โดยสารร่วมบริการ บริเวณอนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ



ภาพที่ 32 การออกแบบระบบสัญลักษณ์ป้ายจุดจอดรถตู้โดยสารร่วมบริการ บริเวณอนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ

ที่มา : www.iurban.in.th/inspiration/victoryvanmap/

ผลงาน

น.ส.ธาดารัตน์ เฉวียงหงษ์ น.ส.ธันยพัฒน์ อารมณ์ชื่น น.ส.อภิรัตน์ ฤกษ์อภิเดชา น.ส. ณัฐนันท์ แย้มนุ่น นายภูมิ สุคันธพันธ์ น.ส.ชนทิพา มาลี

สาขาวิชามีเดียอาตส์ โครงการร่วมบริหารหลักสูตรมีเดียอาตส์และเทคโนโลยีมีเดีย คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

การพรรณนา

เป็นโครงการทำแผนที่รถตู้ใน 3 รูปแบบประกอบไปด้วย ป้ายติดตั้ง แอพพลิเคชั่น THAI VANSและคลิปเพื่ออธิบายวิธีใช้ของแอปพลิเคชั่น โดยในการออกแบบนี้เพื่อแก้ปัญหาของประชาชนที่ใช้บริการรถตู้อนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ

วิเคราะห์

เป็นการออกแบบเพื่อประชาชนทั่วไป โดยทั้งนี้ยังรวมถึงชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวอีกด้วย จากการออกแบบจึงต้องดูได้ทุกวัย เข้าใจและสามารถชี้แนะแนวทางให้สำหรับผู้ไม่คุ้นชินทางได้

ข้อดี

1. การให้ข้อมูลนั้นสามารถให้ข้อมูลได้จริงและผู้รับสาร(กลุ่มเป้าหมาย)สามารถเข้าใจได้ง่าย
2. มีการแบ่งโซนโดยการใช้สีในการออกแบบ ของแต่ละโซนฝั่งต่างๆของบริเวณอนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิเพื่อไม่ให้ประชาชนสับสนว่า ณ ตอนนี้อยู่ ณ จุดใดโซนใด และเป้าหมายที่จะใช้บริการรถตู้ของท่านนั้น อยู่โซนสีใด ทำให้เข้าใจได้ง่ายและสะดวก
3. การใช้สีในงานออกแบบแผนที่ทั้งตัวป้ายและแอปพลิเคชั่นเหมาะสม และน่าสนใจดึงดูดให้คนหยุดเพื่อดูว่านี่คือสิ่งใด
4. ขนาดป้ายแผนที่ ป้ายบอกทาง และป้ายตารางรถตู้ มีความเหมาะสมไม่ใหญ่ไปและไม่เล็กไป เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมได้ดี

ภาพที่ 33 การติดตั้งระบบสัญลักษณ์ป้ายจุดจอดรถตู้โดยสารร่วมบริการ ร่วมบริการบริเวณอนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ 1

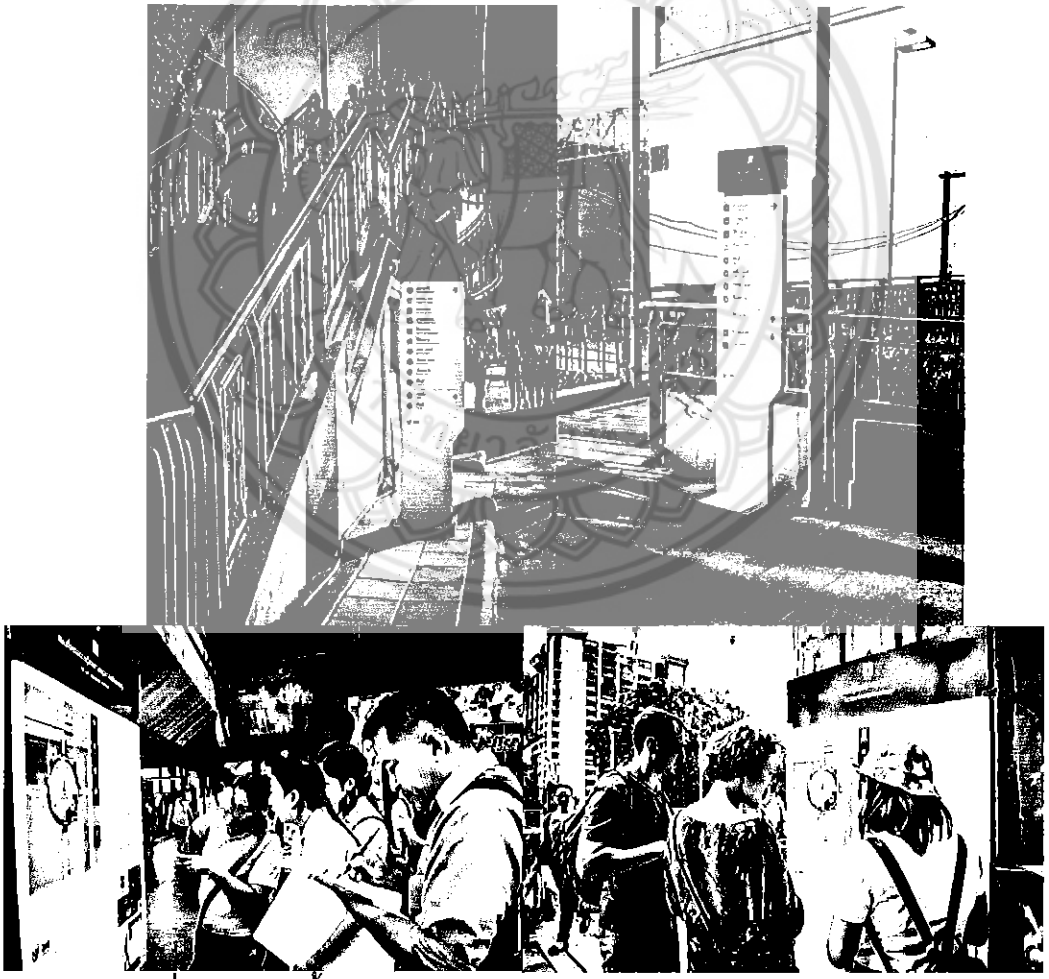
ที่มา : www.iurban.in.th/inspiration/victoryvanmap/

การตีความ

กลุ่มผู้ออกแบบโครงการนี้ มีความตระหนักว่าจะเป็นประโยชน์ต่อสังคม และพบว่าอนุสาวรีย์ชัยฯนั้นยังไม่มีอะไรที่บอกจุดจอดรถตู้ ทางกลุ่มผู้ออกแบบ ซึ่งมีความรู้ในการทำกราฟิกจึงคิดโครงการทำแผนที่รถตู้ใน 3 รูปแบบด้วยกัน มีป้ายติดตั้ง แอพพลิเคชั่น และคลิปเพื่ออธิบายวิธีใช้ ทำการลงพื้นที่สำรวจข้อมูลแผนที่รถตู้ และวิจัยวิธีการนำเสนอ เพื่อให้ดูง่ายที่สุด สื่อสารได้เข้าใจที่สุด เพื่อเป็นประโยชน์ต่อประชาชนมากที่สุดเช่นกัน

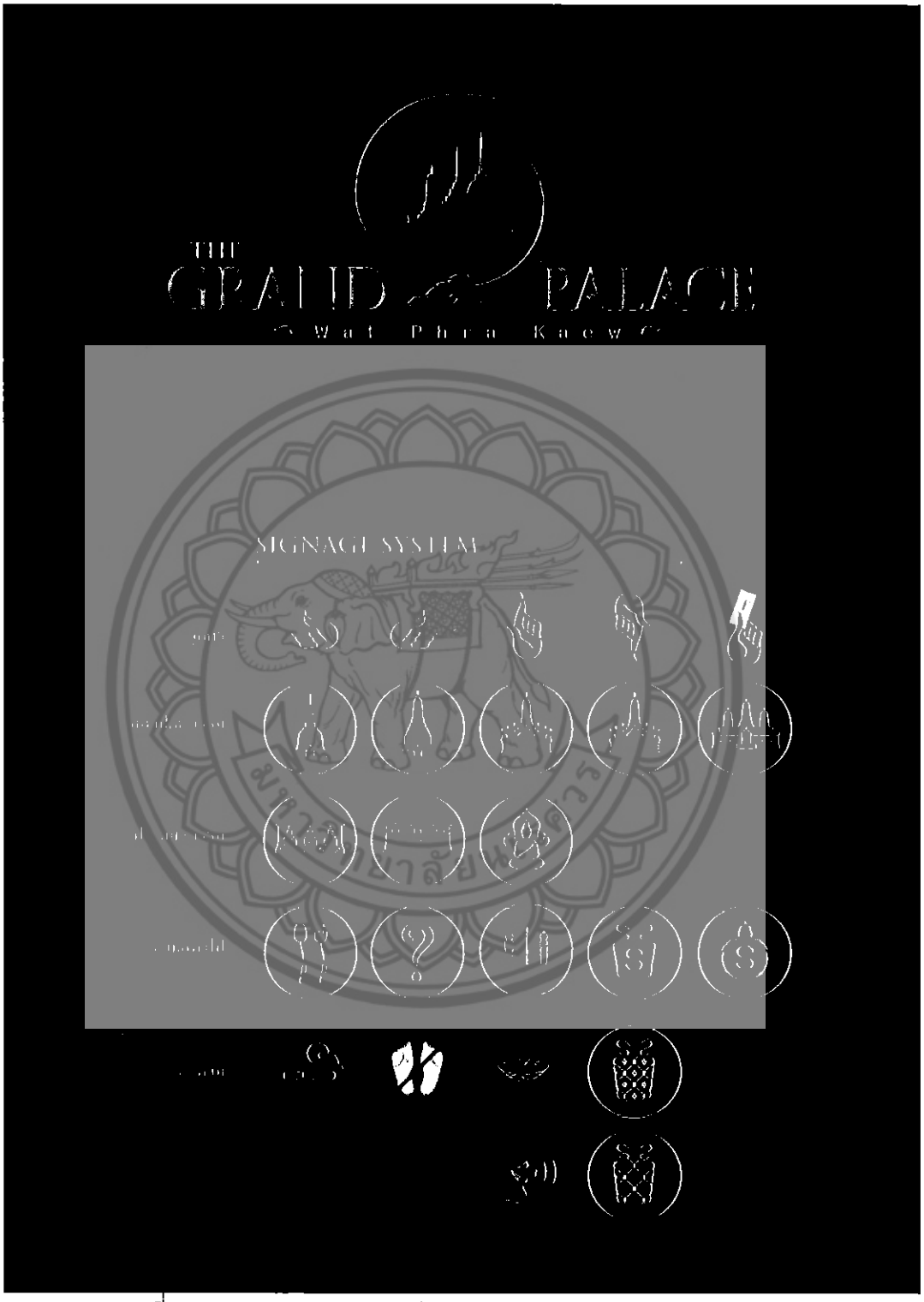
คะแนน

10 /10 คะแนน เพราะออกแบบได้ตอบรับกับกลุ่มเป้าหมายและมีการใช้งานและเกิดประโยชน์ได้จริงๆ และในอนาคตโครงการนี้สามารถต่อยอดไปได้อีกมากมาย



ภาพที่ 34 การติดตั้งระบบสัญลักษณ์ป้ายจุดจอดรถตู้โดยสารร่วมบริการ ร่วมบริการบริเวณอนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ 2

ที่มา : www.iurban.in.th/inspiration/victoryvanmap



ภาพที่ 35 การออกแบบอัตลักษณ์ The Grand ๑ Palace Wat Phra Kaew

ที่มา : www.behance.net/gallery/457498/Grand-Palace

ผลงานของ

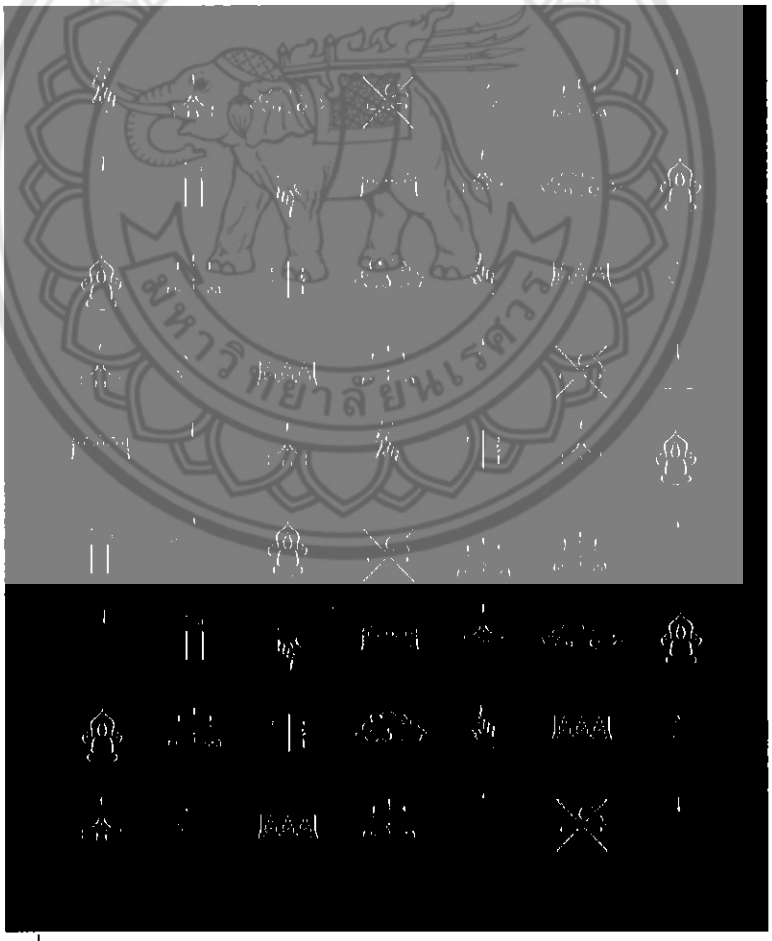
Chatchanok Wongvachara และ Wipawan Boonlap

Faculty of Fine and Applied Arts Chula.

การพรรณนา

เป็นโครงการออกแบบอัตลักษณ์วัดพระแก้ว โดยได้แนวคิดมาจากเลข ๑ ไทย โดย ในความหมายตัวอักษรไทย เลขหนึ่งเปรียบเสมือนจุดเริ่มต้นของพระบรมมหาราชวัง ของรัชกาลที่สร้างวัดนี้และเป็นตัวแทนหนึ่งของวัฒนธรรมไทยที่ดีที่สุด ซึ่งเป็นที่รู้จักไปทั่วโลก และมีสถาปัตยกรรม จิตรกรรมและ รวมอยู่ที่นี่ทั้งหมดในที่เดียว และต่อยอดเป็นระบบ Signage และโปสเตอร์ ประชาสัมพันธ์

วิเคราะห์



ภาพที่ 36 ระบบสัญลักษณ์ The Grand ๑ Palace Wat Phra Kaew

ที่มา : www.behance.net/gallery/457498/Grand-Palace

จากการออกแบบสามารถวิเคราะห์ได้ว่าการออกแบบนั้น กลุ่มเป้าหมายหลักคือนักท่องเที่ยว

ข้อดี

1. การใช้สีในตัวของ Signage หลักๆของงานนั้น คือ ดำ ทอง สามารถสื่อถึงความรุ่งเรืองของประเทศ ของพุทธศาสนา และให้ความรู้สึกอินเตอร์ ตัวโปรเตอร์มีการใช้สีแบบขาว ดำ ให้ความรู้สึกคลาสสิค เชื่อมั่น และมีมนต์คลั่ง
2. ตัวพิโตแกรมนั้นมีเอกลักษณ์ที่สื่อถึงสถานที่และความเป็นไทยได้อย่างชัดเจน และสามารถสื่อสารได้ในระดับหนึ่ง
3. มีระบบกริดที่ชัดเจนทั้งตัวตราสัญลักษณ์ และตัวของระบบ Signage

ข้อเสีย

1. ตัวพิกโตแกรมบางตัวเช่นในหมวดของสถานที่ มีลักษณะคล้ายกันอาจทำให้คนที่มาเที่ยวแยกไม่ออกว่าคืออะไร
2. ไม่มีการใช้ตัวอักษรในการสื่อสาร อาจเพราะมีความตั้งใจว่าโชว์ตัวพิกโตแกรมเพียงอย่างเดียว อาจทำให้การเข้าใจของผู้พบเห็นไม่เข้าใจได้ทั้งหมดว่าสิ่งนี้คืออะไร

ภาพที่ 37 โลโก้การออกแบบอัตลักษณ์ The Grand ๑ Palace Wat Phra Kaew

ที่มา : www.behance.net/gallery/457498/Grand-Palace

การตีความ

ผู้ออกแบบต้องการสื่อให้เห็นถึงความมีเอกลักษณ์ของวัด ของพระราชวัง ว่ามีเสน่ห์และงดงามเพียงใดมีวัฒนธรรม จิตรกรรม สถาปัตยกรรม ที่งดงาม ภาษาที่เป็นของตัวเองจะสังเกตได้จากตัวตราสัญลักษณ์และตัวพิกโตแกรม

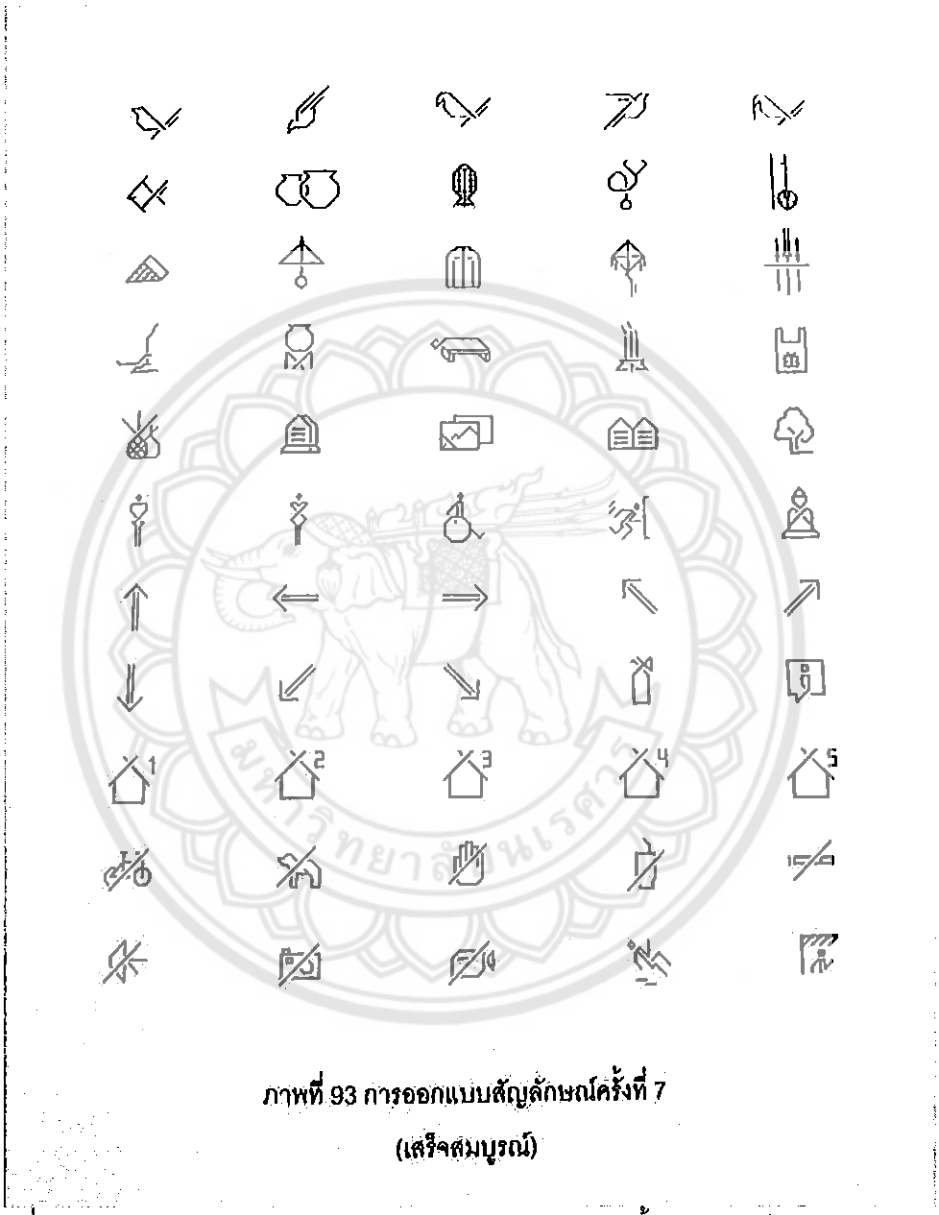
คะแนน

8/10 คะแนน เพราะบางส่วนของการออกแบบ เช่น Signage ยังเข้าใจได้ไม่ดีนักเพราะ ไม่มีการใช้ตัวอักษรมาเข้าร่วมในการออกแบบ

ภาพที่ 38 โปสเตอร์ประชาสัมพันธ์ การออกแบบอัตลักษณ์ The Grand ๑ Palace Wat Phra Kaew

ที่มา : www.behance.net/gallery/457498/Grand-Palace

2.4.3 การออกแบบชุดป้ายสัญลักษณ์ สำหรับพิพิธภัณฑ์พื้นบ้านจ่าทวี จังหวัดพิษณุโลก



ภาพที่ 93 การออกแบบสัญลักษณ์ครั้งที่ 7

(เสร็จสมบูรณ์)

ภาพที่ 39 การออกแบบชุดป้ายสัญลักษณ์ สำหรับพิพิธภัณฑ์พื้นบ้านจ่าทวี จังหวัดพิษณุโลก

ที่มา : กาญจน์ปะภัสสร์ ผ่องบำรุงวงษ์ (2557)

ผลงาน

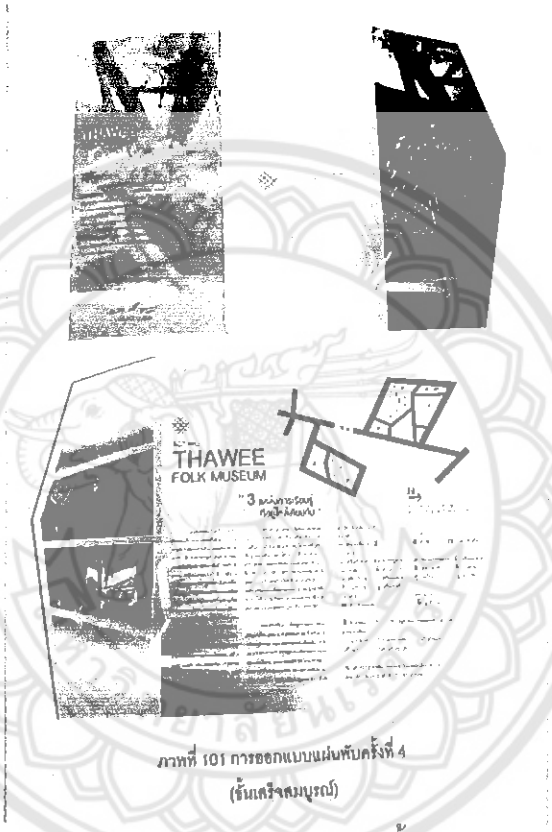
นางสาวกาญจน์ปะภัสสร์ ผ่องบำรุงวงษ์

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สาขาออกแบบสื่อนวัตกรรม

มหาวิทยาลัยนเรศวร

การพรรณนา

เป็นการออกแบบชุดป้ายสัญลักษณ์ สำหรับพิพิธภัณฑ์บ้านจ่าทวี จังหวัดพิษณุโลก สื่อประชาสัมพันธ์ ตราสัญลักษณ์ และแผ่นที่ให้กับพิพิธภัณฑ์บ้านจ่าทวี โดยมีแนวความคิด คือ สานไทย



ภาพที่ 40 แผ่นพับประชาสัมพันธ์ สำหรับพิพิธภัณฑ์พื้นบ้านจ่าทวี จังหวัดพิษณุโลก

ที่มา : กาญจน์ปะภัสสร์ ผ่องบำรุงวงษ์ (2557)

วิเคราะห์

มีการรวบรวมและวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายได้อย่างเหมาะสม โดยกลุ่มเป้าหมายหลักที่ผู้ออกแบบกำหนดไว้คือ นักเรียน นักศึกษา และนักท่องเที่ยว

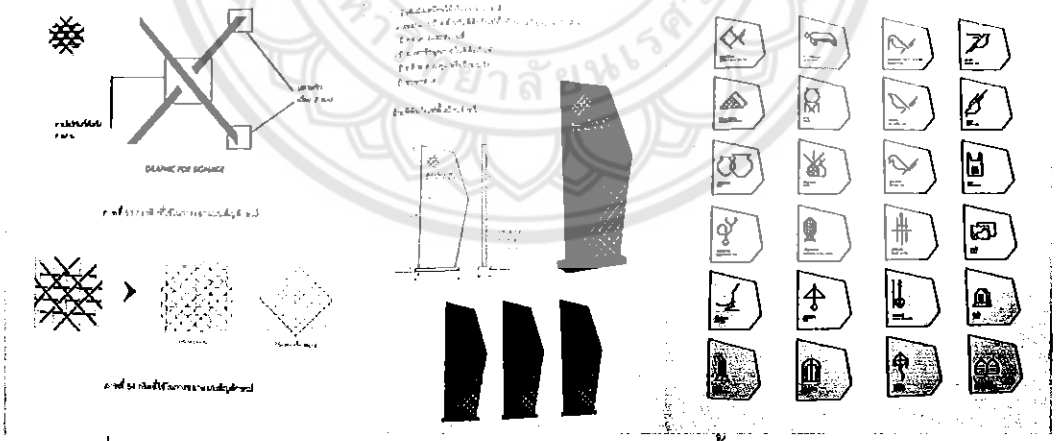
ข้อดี

1. มีความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบตัวป้ายต่างๆ เช่น ป้ายแผนที่ ป้ายบอกข้อมูล ป้ายนำทาง โดยการออกแบบเป็น สี่เหลี่ยมคางหมูทำให้มีความเป็นเอกลักษณ์

2. ตัวชุดพิกโตแกรมมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว แปลกใหม่ถือเป็นงานออกแบบที่ดี
3. การใช้สี เหมาะสมกับสภาพแวดล้อม และกลุ่มเป้าหมาย
4. การใช้ตัวอักษรเข้ามาร่วมในการออกแบบมีทิศทางไปทางเดียวกันกับตัวพิกโตแกรม
5. ระบบกริด มีความเป็นเอกลักษณ์ โดยผู้ออกแบบ ได้แนวคิดระบบกริดมาจากตัวตราสัญลักษณ์ของพิพิธภัณฑ์ทำให้ต่อยอดไปในการออกแบบอื่นๆได้
6. การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ มีความน่าสนใจและมีทิศทางเดียวกับการออกแบบชุดป้ายสัญลักษณ์
7. ตัวป้ายต่างๆเช่น ป้ายบอกข้อมูล ป้ายแผนที่ ป้ายนำทาง ฯลฯ มีความเหมาะสมกับสภาพแวดล้อมดี
8. ตัวกราฟฟิกที่ประกอบลงบนป้ายต่างๆ ดูเป็นแนวทางเดียวกันทำให้ดูออกมาสวยงาม

ข้อเสีย

1. การออกแบบแผนที่ดูไม่ค่อยลงตัวเท่าไร เมื่อนำตัวพิกโตแกรมลงไปประกอบเพื่อบอกตำแหน่งต่างๆ



ภาพที่ 41 การออกแบบชุดป้ายสัญลักษณ์ สำหรับพิพิธภัณฑ์พื้นบ้านจ่าทวี จังหวัดพิษณุโลก 2

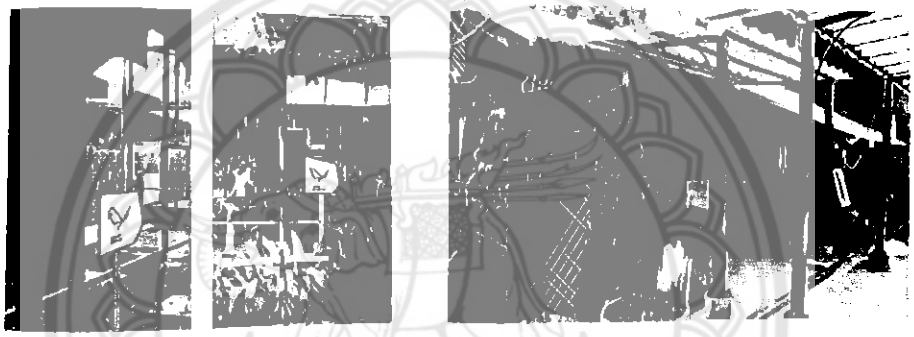
ที่มา : กาญจน์ปะภัสสร์ ผ่องบำรุงวงษ์ (2557)

การตีความ

ผู้ออกแบบ ออกแบบเพื่อเป็นการจัดระบบป้ายสัญลักษณ์ และส่งเสริมให้พิพิธภัณฑ์บ้านจ่าทวี มีเอกลักษณ์ ซึ่งผลงานการออกแบบนั้นสามารถสื่อสารได้ตามที่ผู้ออกแบบต้องการ และบุคคลทั่วไปสามารถรับรู้และรู้สึกถึงความเป็นเอกลักษณ์ และระบบได้

คะแนน

9/10 คะแนน เพราะหากมีแผนที่ๆ ออกแบบได้ลงตัวและสวยงามจะเป็นการออกแบบที่ดีมากๆ



ภาพที่ 42 จำลองการติดตั้ง การออกแบบชุดป้ายสัญลักษณ์ สำหรับพิพิธภัณฑ์พื้นบ้านจ่าทวี จังหวัดพิษณุโลก

ที่มา : กาญจน์ปะภัสสร์ ฝองบำรุงวงษ์ (2557)

2.4.4 Vienna International Airport Wayfinding

ภาพที่ 43 Vienna International Airport Wayfinding

ที่มา : https://segd.org/vienna-international-airport-wayfinding

ผลงาน

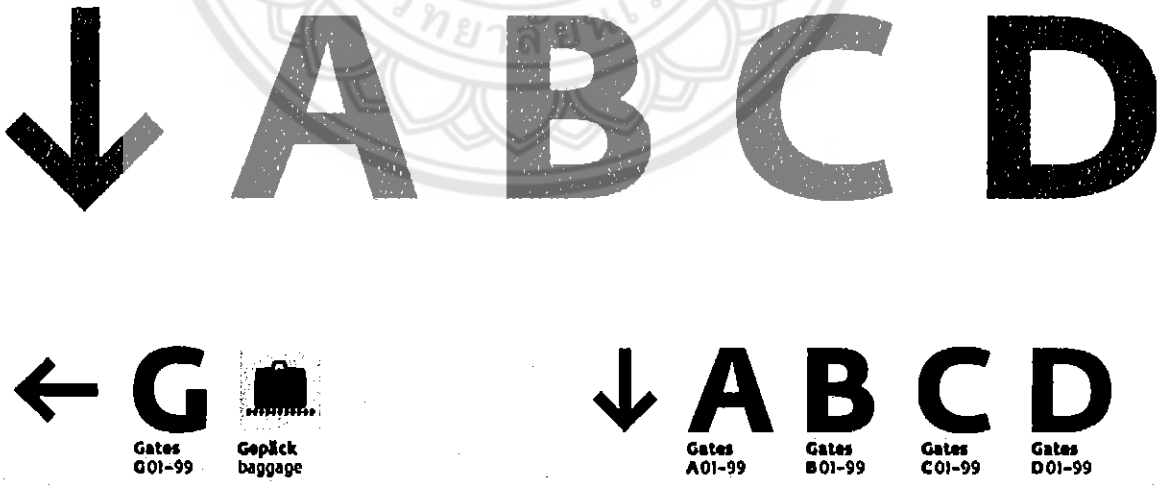
การออกแบบทีม: Ruedi Baur ทางศิลปะผู้จัดการโครงการอีวา Kubinyi, กราฟิก, ไซมอน Burkart ผู้จัดการโครงการออกแบบ 3D, คริสติ Poth, แอ็กเซิล Steinberger, Wanja Ledowski มาเรีย Roszkowska, เกเบรียล Wolfertz เดวิดรูปสัญลักษณ์ Esser

การผลิต: ฟอสเตอร์และ Verkehrs- Werbetechnik GmbH (สื่อคงที่), Annax GmbH (LED) เติม Metallbau GmbH (กรณีแสดง / lightboxes)

สถาปนิก: P.arc Itten Brechbühl Baumschlager Eberleที่ Vienna International Airport ประเทศออสเตรีย

การพรรณนา

เป็นระบบของป้ายนำทางของสนามบินนานาชาติเวียนนา โดยมีระบบ wayfinding แบบที่เป็นป้ายในและนอกสนามบิน และแบบที่ Wayfinding ติดไปเก็บผนังสนามบินที่ต่างๆ มีการออกแบบตัวอักษรเล็กน้อยเพื่อเพิ่มความเป็นเอกลักษณ์ให้กับสนามบิน มีการออกแบบที่ใช้ไฟ LED เข้ามาเกี่ยวข้องกับระบบ Wayfinding และความเหมาะสมในเรื่องของสภาพแวดล้อมในการออกแบบ



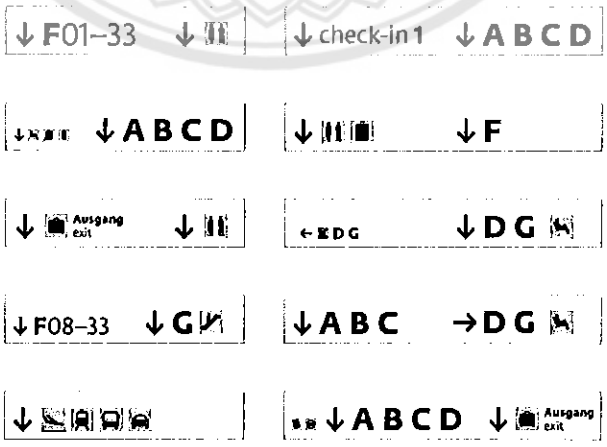
ภาพที่ 44 ป้าย Vienna International Airport Wayfinding 1

ที่มา : http://fontsinuse.com/uses/1736/vienna-international-airport

วิเคราะห์

ข้อดี

1. มีการออกแบบสร้าง Signage และ wayfinding ที่ร่วมสมัยมีบูรณาการได้ดีกับสถาปัตยกรรม และมีสไตล์แบบ การออกแบบ Minimal
2. มีการใช้สี คือ ขาว ดำ ที่เรียบง่าย และแตกต่างจากสถานที่อื่นๆที่ส่วนใหญ่จะใช้สีของป้ายที่เป็น สีเหลือง เขียว แดง และลดปัญหาการมองเห็นที่มองแล้วหลายตา ของป้ายร้านค้าในสนามบินที่มีสีสันต่างมากมาย
3. มีการวางตำแหน่งป้ายที่เหมาะสมกับการมองเห็นของผู้ใช้บริการสนามบิน และในขณะเดียวกันการวางป้ายต่างๆนั้น มีความสวยงาม และลงตัวเข้ากับอาคารสถาปัตยกรรมของตัวสนามบินด้วย
4. มีการใช้วัสดุที่แปลกต่างไปจากแผ่นอะลูมิเนียม หรือวัสดุที่ใช้กันเป็นส่วนมากในงานของป้าย wayfinding คือใช้วัสดุกระจกที่โปร่งแสง
5. มีการใช้ไฟ LED เข้ามาในการออกแบบซึ่งมีประโยชน์มากคือ สามารถส่งสว่างแทนไฟในอาคารทางเดินต่างๆในสนามบินแล้ว ยังมีความสวยงามที่มีสไตล์เป็นของตัวเองอย่างชัดเจน
6. มีการออกแบบตัวพิกโตแกรมที่เป็นสากลแต่ ผู้ออกแบบก็สร้างความเป็นเอกลักษณ์ลงไปเพื่อให้แตกต่างเช่น พื้นผิวของตัวพิกโตแกรมที่ดูมี Textuer
7. มีการออกแบบ wayfinding กับผนังของสนามบินตามอาคารต่างๆ ซึ่งให้ความรู้สึกแปลกตา สวยงาม และดูทันสมัย



ภาพที่ 45 ป้าย Vienna International Airport Wayfinding 2

ที่มา : http://fontsinuse.com/uses/1736/vienna-international-airport

ภาพที่ 46 Wayfinding Vienna International Airport Wayfinding 1

ที่มา : http://fontsinuse.com/uses/1736/vienna-international-airport

การตีความ

ผู้ออกแบบกล่าวว่า Wayfinding ของสนามบินมีความซับซ้อน ไม่เป็นระบบสับสน จึงออกแบบให้ดูเป็นระบบกันมากขึ้น มีเอกลักษณ์มากขึ้น เพื่อความประทับใจของผู้ใช้บริการ ที่จะไปสู่

ประเทศต่างๆให้ระลึกและเป็นที่จดจำในความสวยงามของสนามบินนี้ โดยผู้ออกแบบมีความต้องการออกแบบให้มีความรู้สึกร่วมสมัย เรียบง่ายอย่างมีสไตล์ และมีความเป็นเอกลักษณ์ทั้งทางด้านสถาปัตกรรม และการออกแบบ Signage Wayfinding ด้วย โดย ฉีกการออกแบบเดิมๆของระบบ Wayfinding สนามบินให้มีความต่าง และแก้ระบบการมองเห็นที่ซับซ้อนถือว่าทำออกมาได้ดีมาก และสวยงามมากเช่นกัน

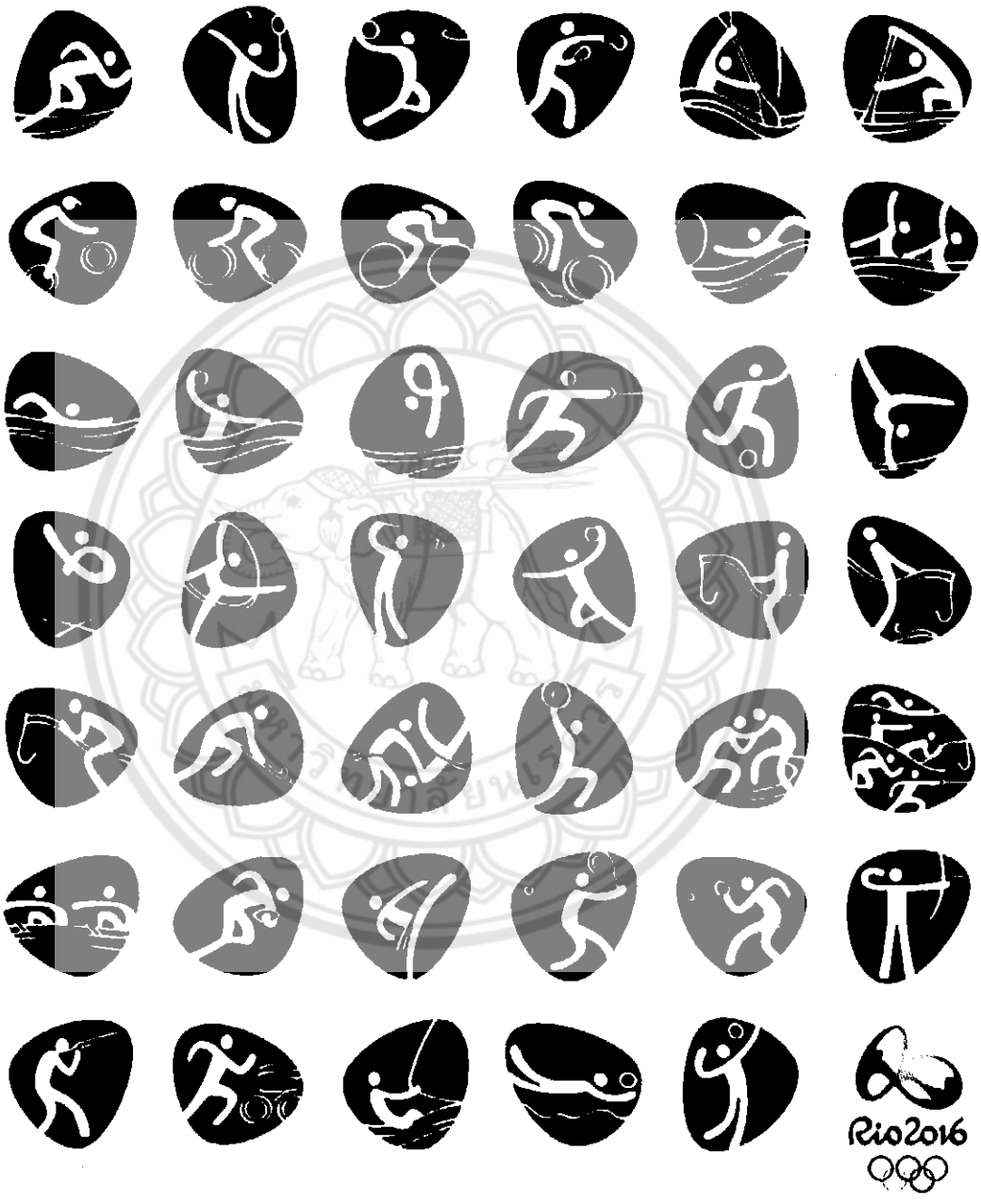
คะแนน

9 /10 คะแนน เพราะด้วยการออกแบบ แบบใช้วัสดุเป็นกระจก และไฟLED เข้าร่วม ทำให้การมองเห็นของผู้มีความบกพร่องทางต่างตา อาจเกิดความขัดข้องทางการมองเห็นที่ไม่ชัดเจนได้

ภาพที่ 47 Wayfinding Vienna International Airport Wayfinding 2

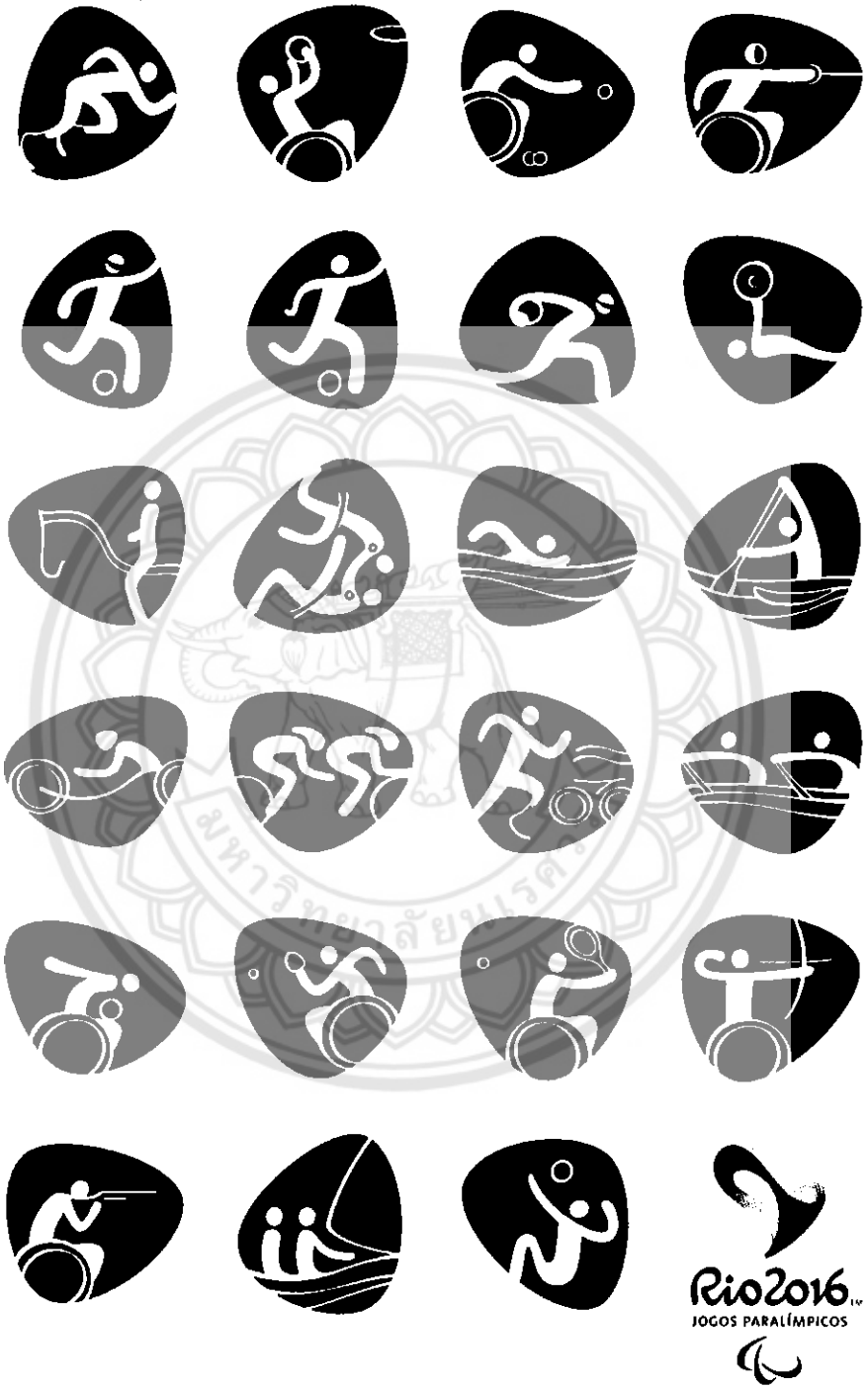
ที่มา : http://fontsinuse.com/uses/1736/vienna-international-airport

2.4.5 Rio 2016 Olympic & Paralympic pictograms



ภาพที่ 48 Rio 2016 Olympic & Paralympic pictograms 1

ที่มา : www.olympic.org/news/rio-2016-launches-sport-pictograms/216729



ภาพที่ 49 Rio 2016 Olympic & Paralympic pictograms 2

ที่มา : www.olympic.org/news/rio-2016-launches-sport-pictograms/216729

โอลิมปิกและพาราลิมปิก 2016 ที่ เมืองรีโอเดจาเนโร ประเทศบราซิล

การพรรณนา

เป็นการออกแบบพิโตแกรม ของโอลิมปิกและพาราลิมปิก 2016 โดยการออกแบบตัวพิกโตแกรมนั้นเพื่อใช้สำหรับการแข่งขันกีฬาต่างๆที่จะเกิดขึ้นในปี 2016 ที่ เมืองรีโอเดจาเนโร ประเทศบราซิล ทั้งกีฬาโอลิมปิก และพาราริมปิก โดยออกแบบทั้งหมด 64 รูปสัญลักษณ์ 41 กีฬาโอลิมปิก และ 23 กีฬา พาราลิมปิก

ภาพที่ 50 การออกแบบ Rio 2016 Olympic & Paralympic pictograms 1

ที่มา : www.olympic.org/news/rio-2016-launches-sport-pictograms/216729

วิเคราะห์

ข้อดี

1. มีการออกแบบตัวพิกโตแกรมที่เป็นเอกลักษณ์อย่างชัดเจน สำหรับเกมส์ริโอ โดยจะเห็นได้จากรูปทรงที่แปลกตาต่างจาก พิกโตแกรมกีฬาโอลิมปิกปีที่ผ่านๆมา
2. ร่างกายนักกีฬาและอุปกรณ์กีฬาที่ปรากฏในรูปสัญลักษณ์ จะออกแบบจากการปรับเปลี่ยนรูปร่างของพวกนักกีฬาตามที่นักกีฬาการเคลื่อนไหวที่แตกต่างกันและมีเส้นต่างๆที่ต่อเนื่องกัน
3. การใช้สีในการออกแบบนั้น ดึงมาจากสีที่เป็นส่วนหนึ่งของงชาติประเทศบราซิล
4. การเข้าระบบกริดของตัวพิโตแกรมแต่ละตัวนั้นจะแตกต่างตามลักษณะการเคลื่อนไหวของกีฬาแต่ละชนิด

5. สามารถเข้าใจได้ง่ายถึงจะไม่มีตัวอักษรกำกับซึ่งถือว่าเป็นการออกแบบที่ดีมาก

ภาพที่ 51 การออกแบบ Rio 2016 Olympic & Paralympic pictograms 2

ที่มา : www.olympic.org/news/rio-2016-launches-sport-pictograms/216729

การตีความ

ผู้ออกแบบต้องการสื่อให้คนทั่วโลกเห็นว่า พิกโตแกรมที่ใช้ โอลิมปิกและพาราลิมปิก 2016 นั้นมีความโดดเด่นไม่ซ้ำใครในประวัติศาสตร์ สามารถสะท้อนให้เห็นถึงวัฒนธรรมของประเทศเจ้าภาพ ทำหน้าที่เป็นแพลตฟอร์มการสื่อสารสำหรับการส่งเสริมการกีฬา ถูกนำเสนอในทุกด้านอัตลักษณ์ของเกมรวมทั้งการประยุกต์ใช้ในการตกแต่งสถานที่จัดงาน signposting ตั๋วและผลิตภัณฑ์ได้รับใบอนุญาตได้อีกด้วย

คะแนน

10/10 คะแนน เพราะเป็นการออกแบบที่สมบูรณ์สื่อสารได้ทุกตัวพิกโตแกรม มีความเป็นเอกลักษณ์อย่างมาก

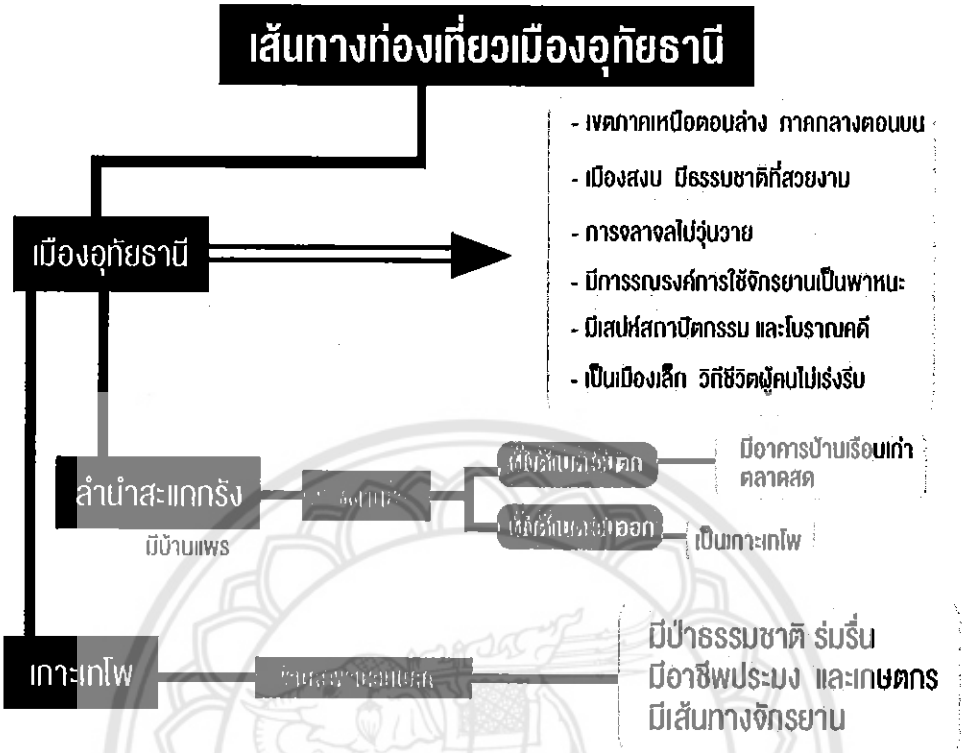
บทที่ 3

การวิเคราะห์ข้อมูลและแนวความคิดในการออกแบบ

การวิเคราะห์ข้อมูล

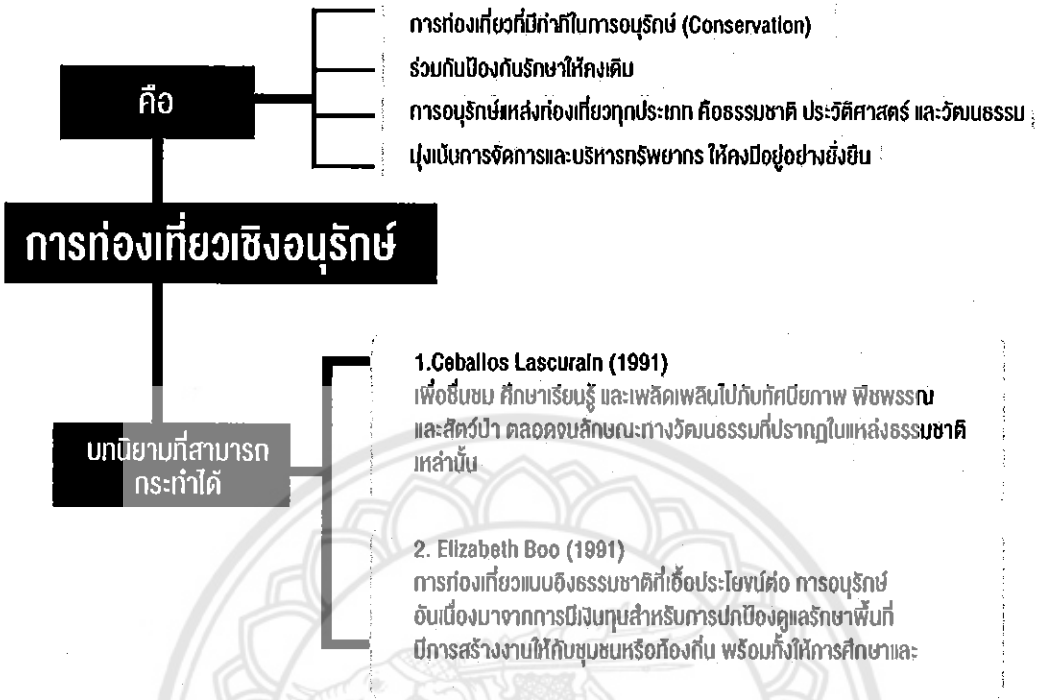
*ทางกายภาพ

ภาพที่ 52 แผนภาพการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย

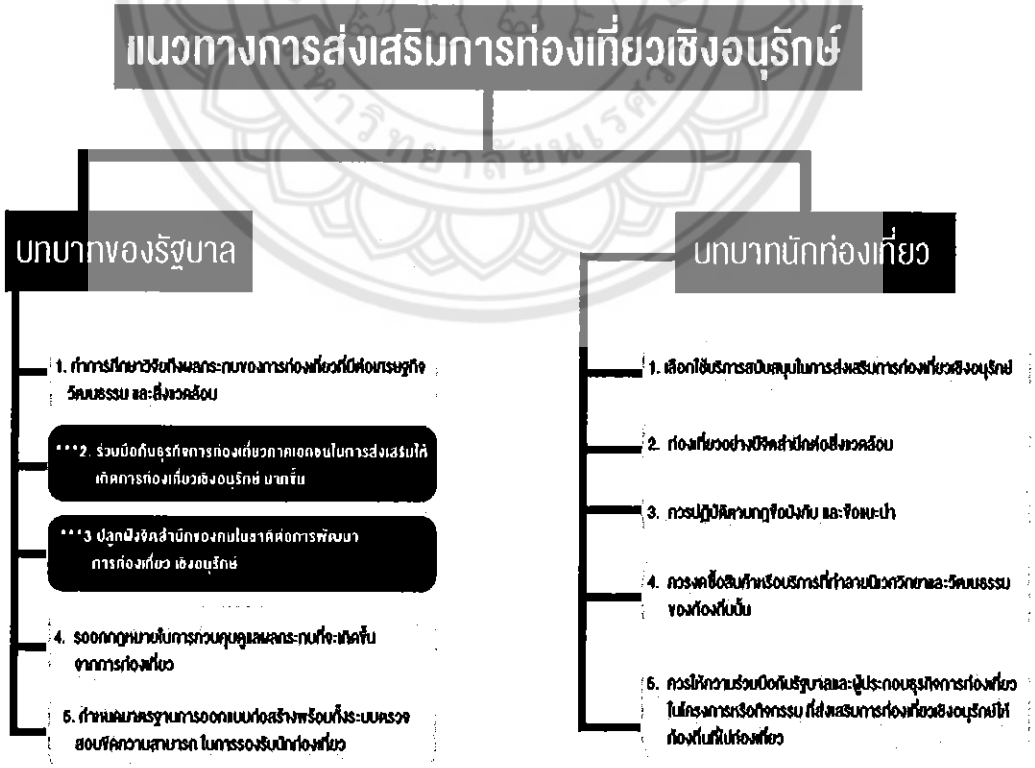


ภาพที่ 53 แผนภาพการวิเคราะห์เส้นทางท่องเที่ยวเมืองอุทัยธานี

ภาพที่ 54 แผนภาพการวิเคราะห์ความหมายของการท่องเที่ยว

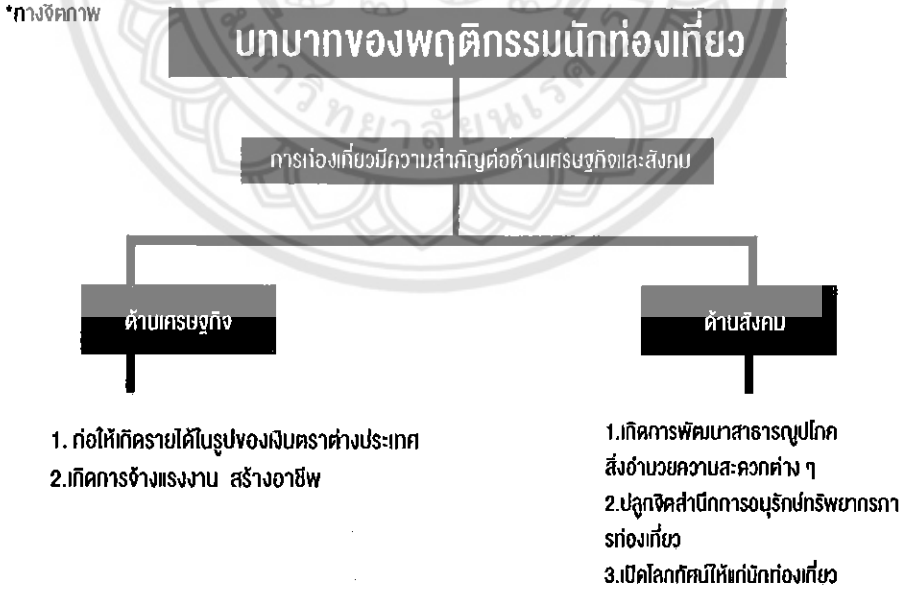


ภาพที่ 55 แผนภาพการวิเคราะห์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์



ภาพที่ 56 แผนภาพการวิเคราะห์แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

ภาพที่ 57 แผนภาพการวิเคราะห์นักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์



ภาพที่ 58 แผนภาพการวิเคราะห์นักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

แนวทางความคิดในการออกแบบ

CONCEPT : **รักษ์นที**

นที = แม่น้ำ หมายถึงแม่น้ำสะแกกรัง ที่เปรียบเสมือนหัวใจหลักของชาวเมืองรวมทั้ง ชาวแพ อุทัยธานี รักษ์ = รักษา อนุรักษ์

แม่น้ำสะแกกรังถือเป็นเอกลักษณ์ของชาวเมืองอุทัยธานี ที่มีเรื่องราว วิถีชีวิตชาวบ้าน สถาปัตยกรรมที่เก่าแก่ สภาพแวดล้อมบริเวณสองฝั่งของแม่น้ำมีเป็นธรรมชาติเปรียบเสมือนหัวใจของเมืองอุทัยที่เมื่อมาท่องเที่ยวก็จะต้องเกิดความรู้สึกว่าเมืองนี้ รักษาทุกอย่างไว้ให้คงอยู่ เมื่อมาก็จะรัก และรักษ์

แนวทางการออกแบบ คือ ออกแบบที่ให้ความรู้สึก รักษ์ ไม่ว่าจะเป็นการใช้สีจากสถาปัตยกรรมของพื้นที่ การออกแบบ ดูมนๆ ไม่ดูเหลี่ยม เป็นต้น

MOOT & TONE

ภาพที่ 59 สี Thai Tone

ที่มา : https://www.facebook.com/thaitonecolor/?fref=ts

การใช้สีในการออกแบบคือ ดึงสีประจำจังหวัดคือเขียว และเหลืองมาออกแบบ บวกกับสีไทยโทนเพื่อให้เข้ากับกลุ่มเป้าหมายและเป็นสีที่เกี่ยวกับการอนุรักษ์ซึ่งเหมาะสมกับแนวความคิด

ภาพที่ 60 สีประจำจังหวัดอุทัยธานี

ที่มา : www.uthaithani.go.th

FONT

ภาพที่ 61 แบบอักษรลักษณะต่างๆ

ที่มา : http://www.f0nt.com/

การสรุปแนวความคิดในการออกแบบ

ภาพที่ 62 Concept Infographic

บทที่ 4

การออกแบบและการสร้างสรรค์ผลงาน

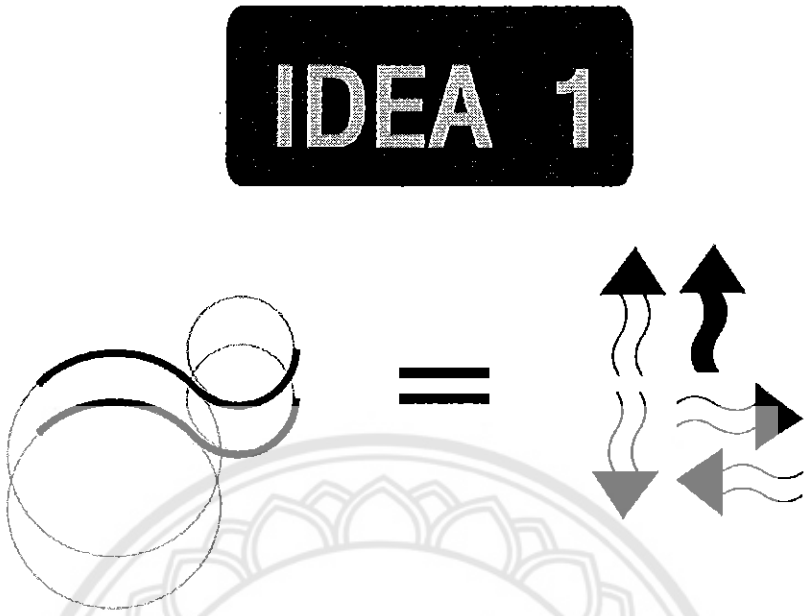
ในกระบวนการออกแบบนั้นจะเริ่มจากการหาไอเดียในการออกแบบต่างๆ โดยการตีความของคำว่า "นที" ซึ่งแปลว่า แม่น้ำ โดยหมายถึง แม่น้ำสะแกกรัง พื้นที่ๆผู้ออกแบบทำวิทยานิพนธ์เกี่ยวกับการออกแบบระบบป้ายสัญลักษณ์ในครั้งนี้มาใช้ในการออกแบบ และพัฒนาแบบต่อยอดตามลำดับจนเป็นแบบที่สมบูรณ์ในที่สุด

4.1 การพัฒนาแบบ

GRID SYSTEM

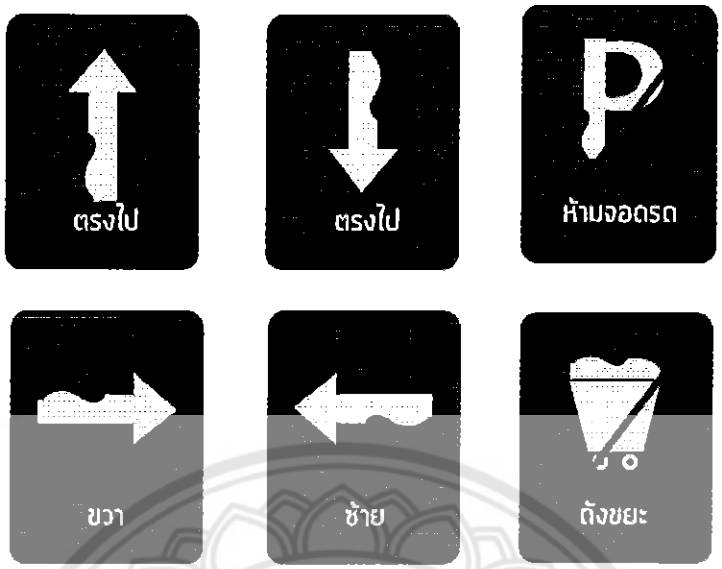
ภาพที่ 63 ระบบกริดที่ใช้ในการออกแบบ

ระบบกริดที่ใช้ในการออกแบบนั้นจะใช้แบบ การวางแบบกึ่งกลาง(center)



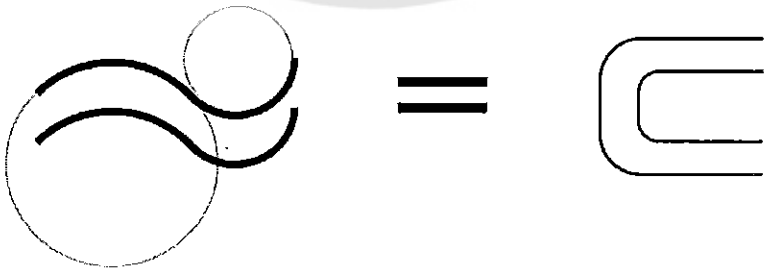
ภาพที่ 64 แนวความคิดร่างแบบพิกโตแกรมที่ 1

แนวความคิดที่ 1 คือการตีความของ นที ในลักษณะของคลื่นแม่น้ำ และเกิดเป็นพิกโตแกรมในกลุ่มของทิศทาง จนเกิดเป็นการออกแบบพิกโตแกรมในไอเดียที่ 1



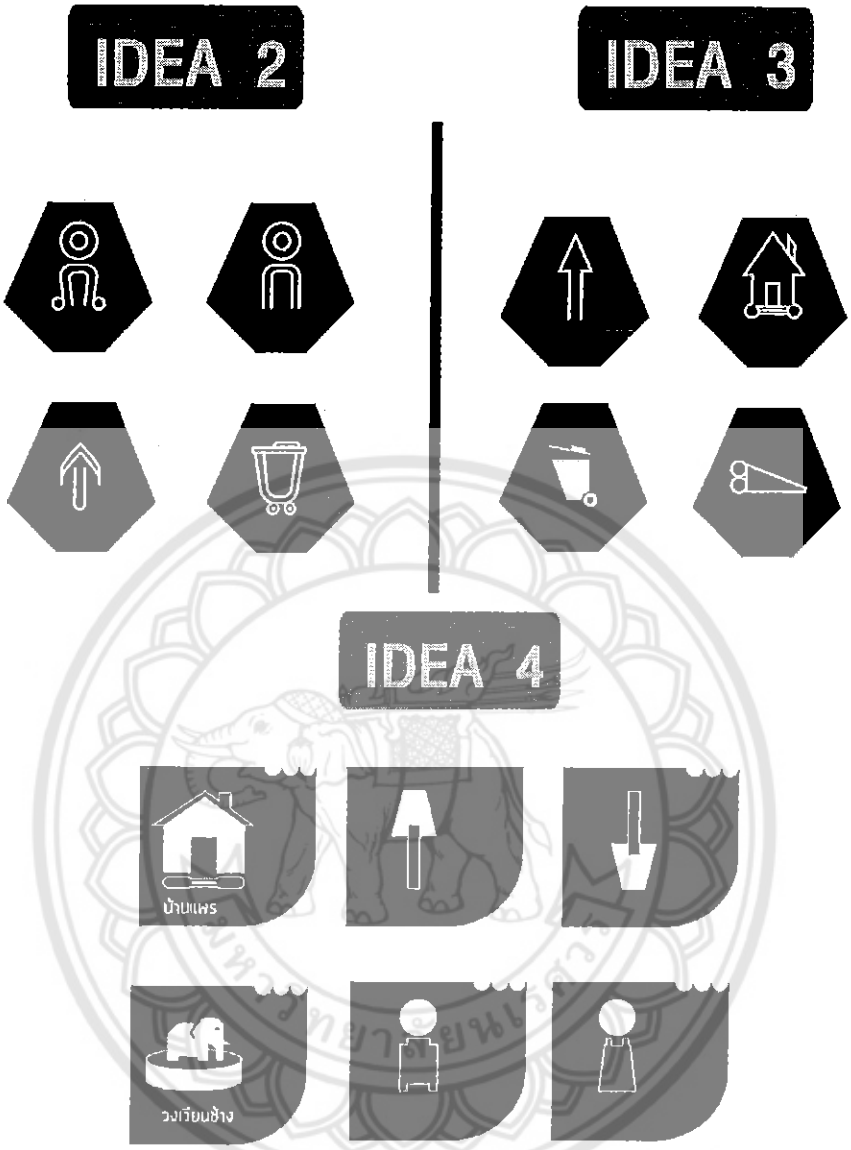
ภาพที่ 65 แบบสเก็ตชพิกโตแกรม ครั้งที่ 1

แบบสเก็ตชครั้งที่ 1 ตัวพิโตแกรมจะลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์ คือ มีลักษณะคล้ายคลื่น น้ำ **ซึ่งในการออกแบบจะมี**ลักษณะนี้ในทุกตัวพิกโตแกรม และอยู่ในแบบกรอบสี่เหลี่ยมขอบมน



ภาพที่ 66 แนวความคิดร่างแบบพิกโตแกรมที่ 2

แนวความคิดที่ 2 พัฒนาต่อยอดจากไอเดียที่ 1 คือ จากคลื่นน้ำ เป็นลักษณะของเส้นตรงและคู่ ที่มีความหนาเท่ากัน



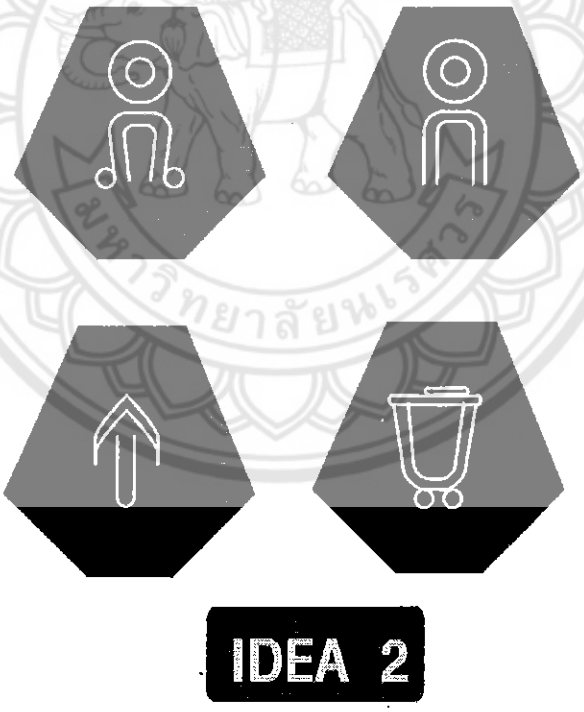
ภาพที่ 67 แบบสเก็ตซพิกโตแกรม ครั้งที่ 2 – 4

แบบสเก็ตซครั้งที่ 2 เป็นก่ารออกแบบพิกโตแกรมในลักษณะของเส้นที่เป็นเส้นคู่ และมีความหนาเท่ากัน และกรอบหกเหลี่ยม

แบบสเก็ตซครั้งที่ 3 ลักษณะกรอบคงแบบเหมือนสเก็ตซที่ 2 แต่ตัดทอนเส้นในการออกแบบพิกโตแกรมให้ดูเรียบง่ายขึ้น

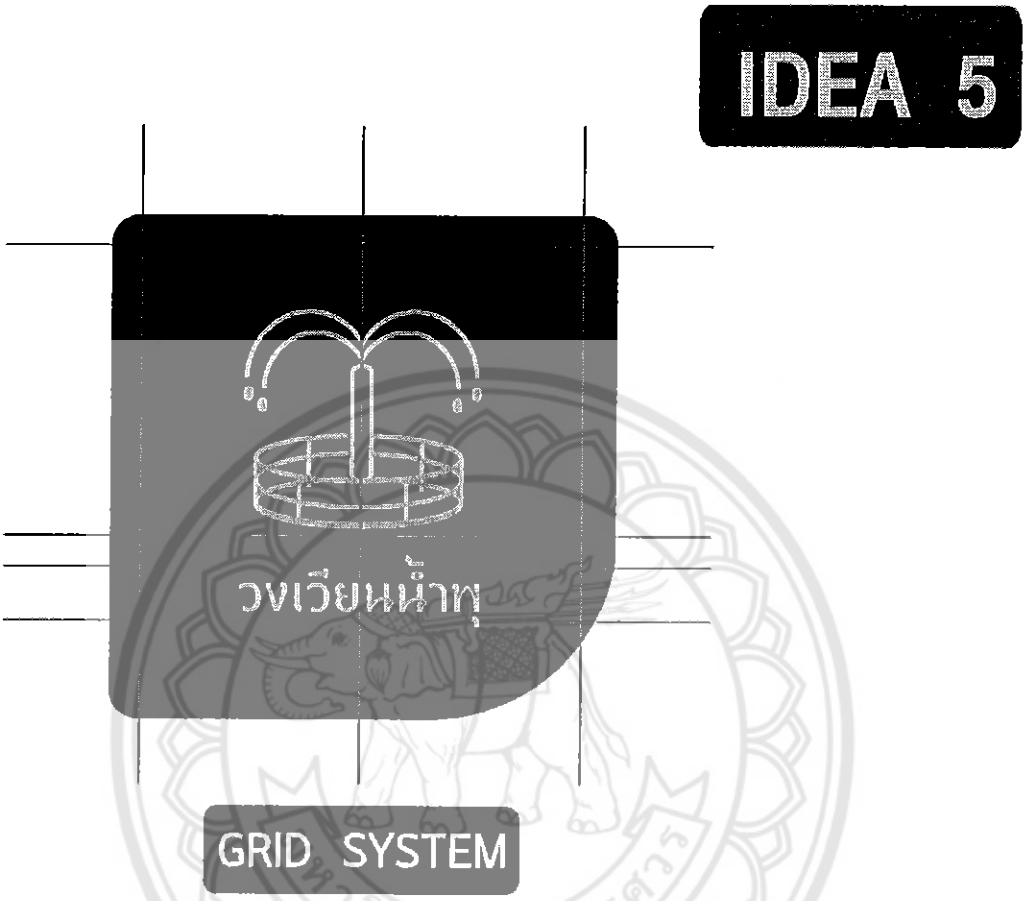
แบบสเก็ตซครั้งที่ 4 ลักษณะการออกแบบพิกโตแกรมจะอยู่ใบแบบที่มีแบบเส้นและถมพื้นพิกโตแกรม กรอบของพิกโตแกรมในส่วนปลาย บนด้านขวา มีลักษณะของคลื่นน้ำ

ภาพที่ 68 ไอเดียในการออกแบบพิกโตแกรม ที่ 2-4 โดยสรุป



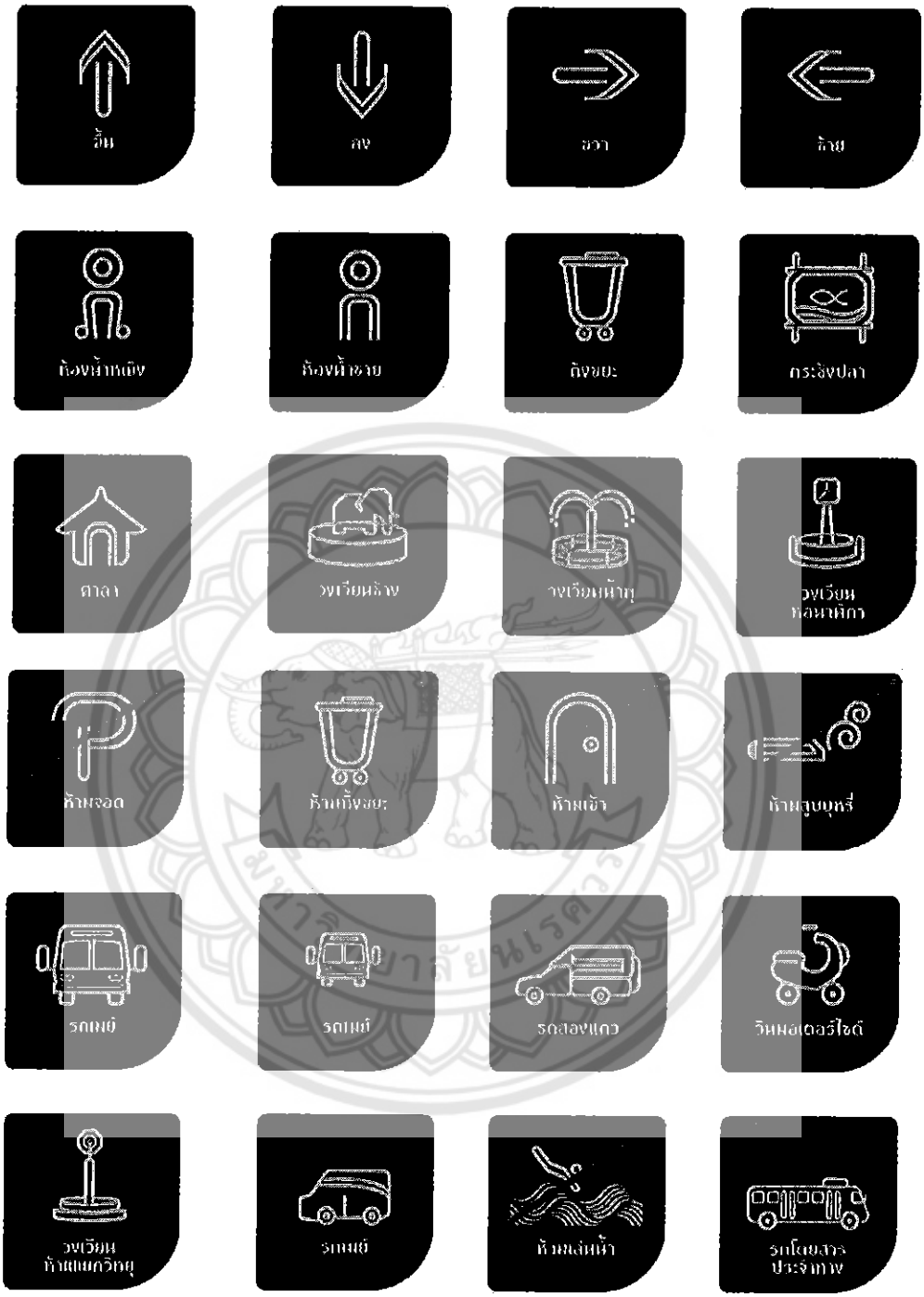
ภาพที่ 69 ไอเดียที่ 2 ที่นำไปพัฒนาต่อในครั้งต่อไป

จากไอเดีย และสเก็ตช ทั้งหมด แบบที่ถูกนำไปพัฒนาต่อคือในส่วนของ ไอเดียที่ 2



ภาพที่ 70 ระบบกริด

เป็นระบบกริดแบบเดิมคือ แบบการวางกึ่งกลาง (Center) และอยู่ในลักษณะกรอบที่แตกต่างไป คือ กรอบสี่เหลี่ยมจัตุรัสขอบมน โค้งล่างซ้าย ให้ลักษณะอารมณ์ที่ดูสอดคล้องกับพื้นที่และธรรมชาติ



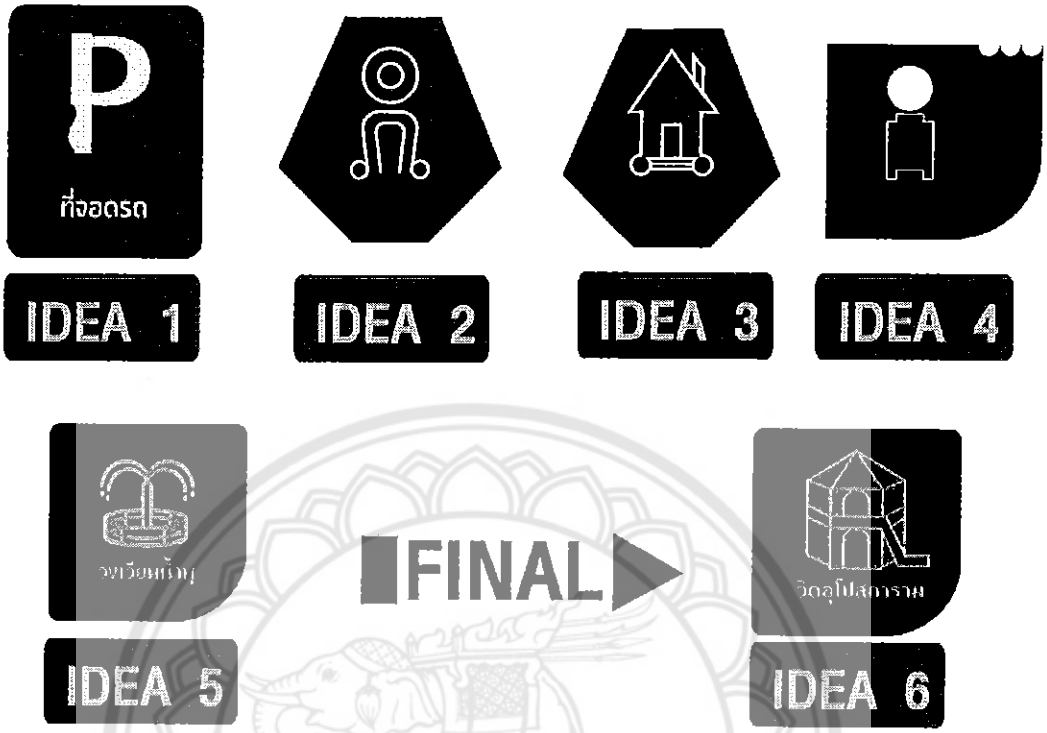
ภาพที่ 71 แบบสเก็ตซพิกโตแกรมครั้งที่ 5

ภาพที่ 72 แบบสเก็ตชพิกโตแกรมครั้งที่ 5 (2)

แบบสเก็ตครั้งที่ 5 จะเห็นได้ว่าได้นำไอเดียมาพัฒนาพิกโตแกรม ซึ่งในแต่ละตัวจะเห็นได้ว่ามีลักษณะเส้นคู่ที่มีความหนาเท่ากัน และจากการออกแบบนั้น การใช้เส้นคู่ในลักษณะที่ความหนาเท่ากันนั้น พิกโตแกรมบางตัวก็มีลักษณะของการออกแบบที่ดูไม่สวยงาม จึงถูกนำข้อบกพร่องนี้ไปแก้ไขและพัฒนาต่อไป

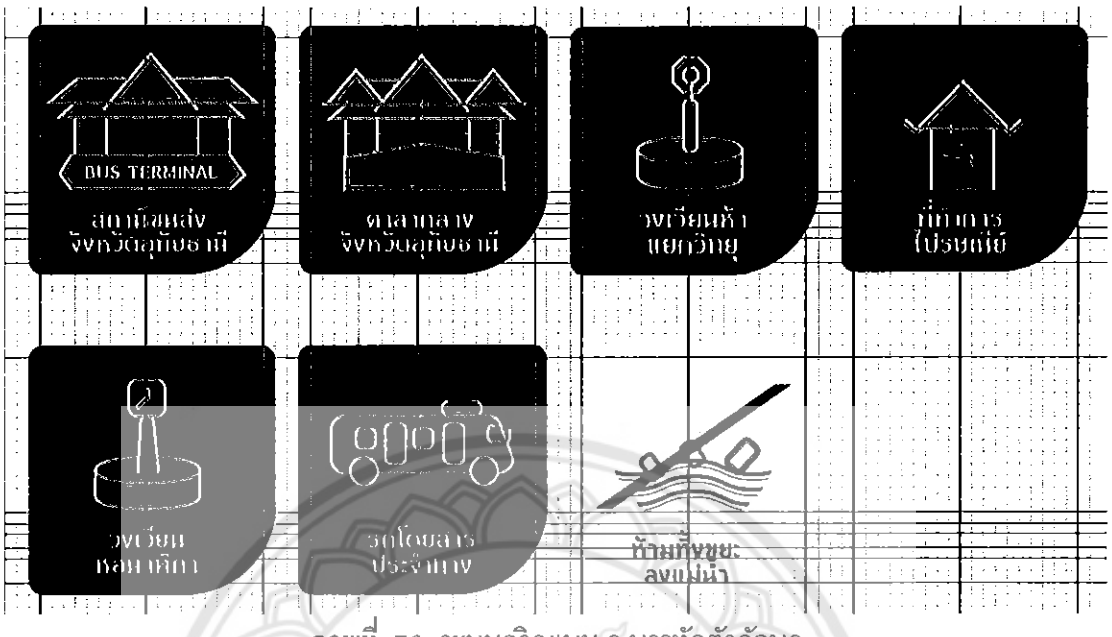
ภาพที่ 73 แนวความคิดร่างแบบที่ 1-3

จะเห็นได้ว่า การนำคำว่า "นที" มาถอดแบบเป็นงานออกแบบพิกโตแกรมนั้น ถูกพัฒนามาเรื่อยๆจนสิ้นสุดในแบบที่ 3 ซึ่งมีลักษณะแบบเส้นที่มีลักษณะความหนาที่ต่างกัน คือ เส้นบาง และเส้นหนา ซึ่งผู้ออกแบบได้ชี้แจงข้างต้นแล้วจาก Infographic Concept ว่ามีความหมายเช่นใด



ภาพที่ 74 แบบสเก็ตช์พิกโตแกรมทั้งหมดในการออกแบบ

ภาพที่ 75 ระบบกริดแบบ 1 บรรทัดตัวอักษร

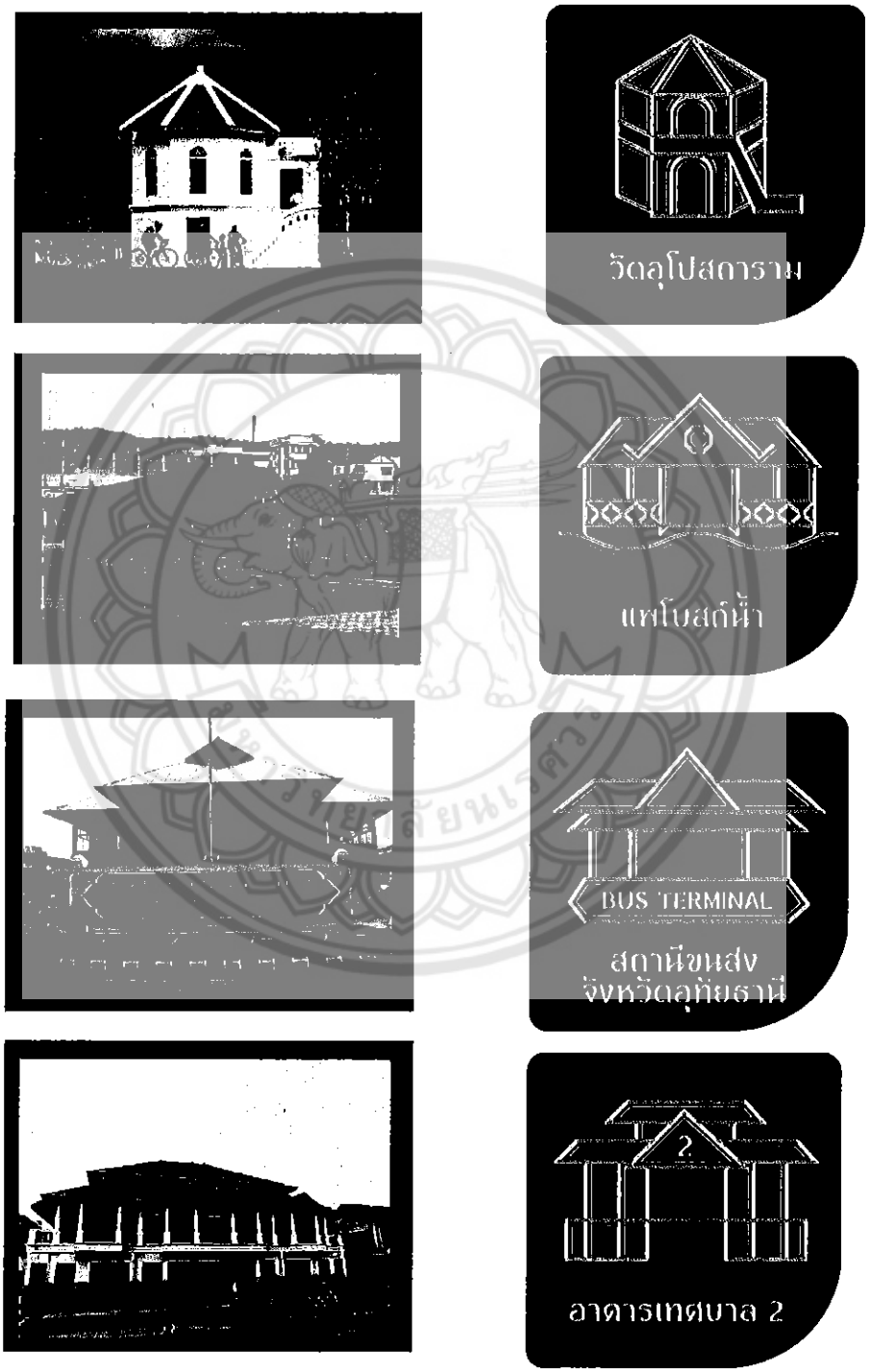


ภาพที่ 76 ระบบกริดแบบ 2 บรรทัดตัวอักษร

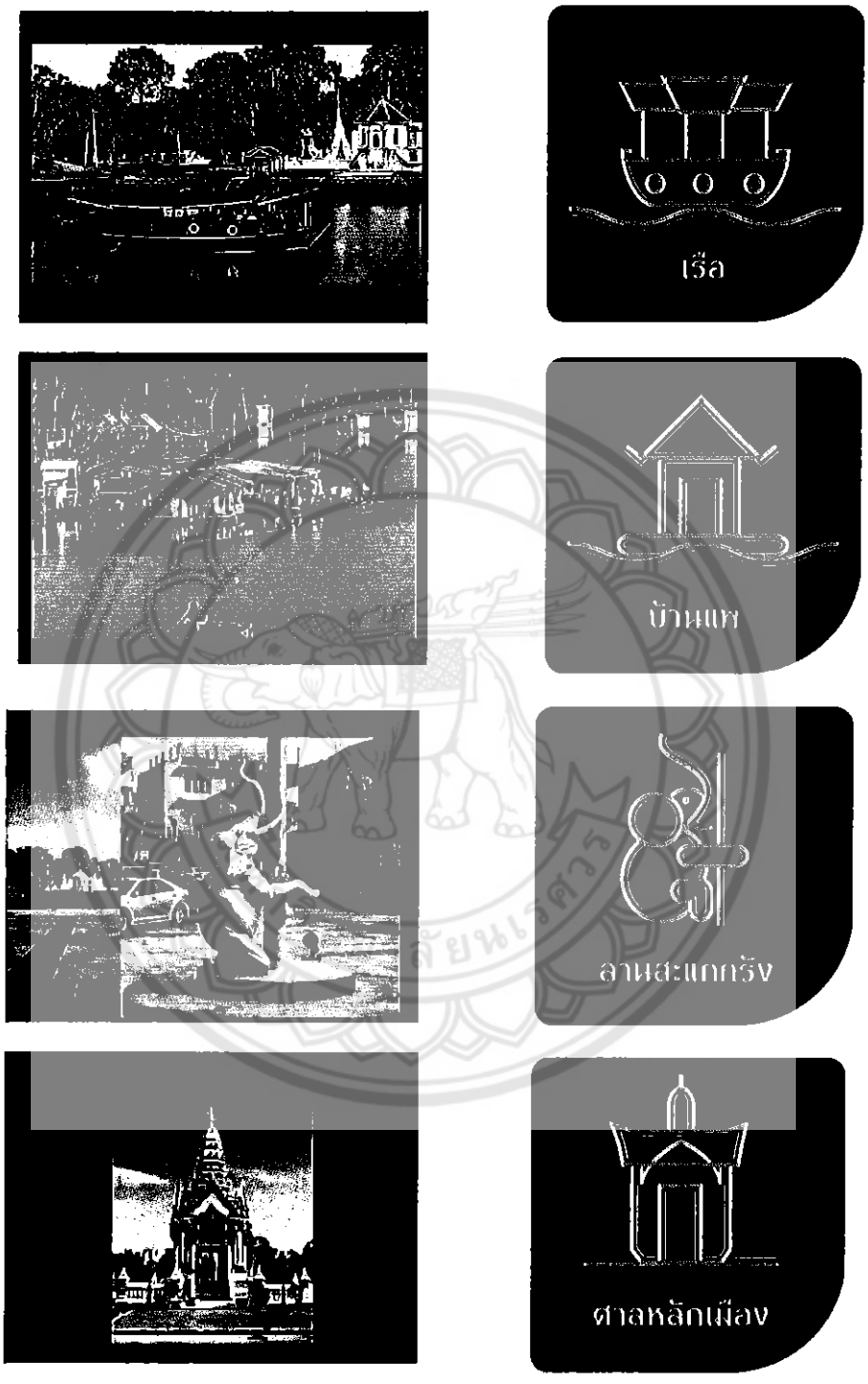
ภาพที่ 77 พื้นที่ระหว่างเส้น

จะเห็นได้ว่าเมื่อการออกแบบชองพิกโตแกรม ถูกออกแบบในลักษณะของเส้นคู่ทำให้พื้นที่ภายในต้องมีพื้นที่ๆเท่ากัน

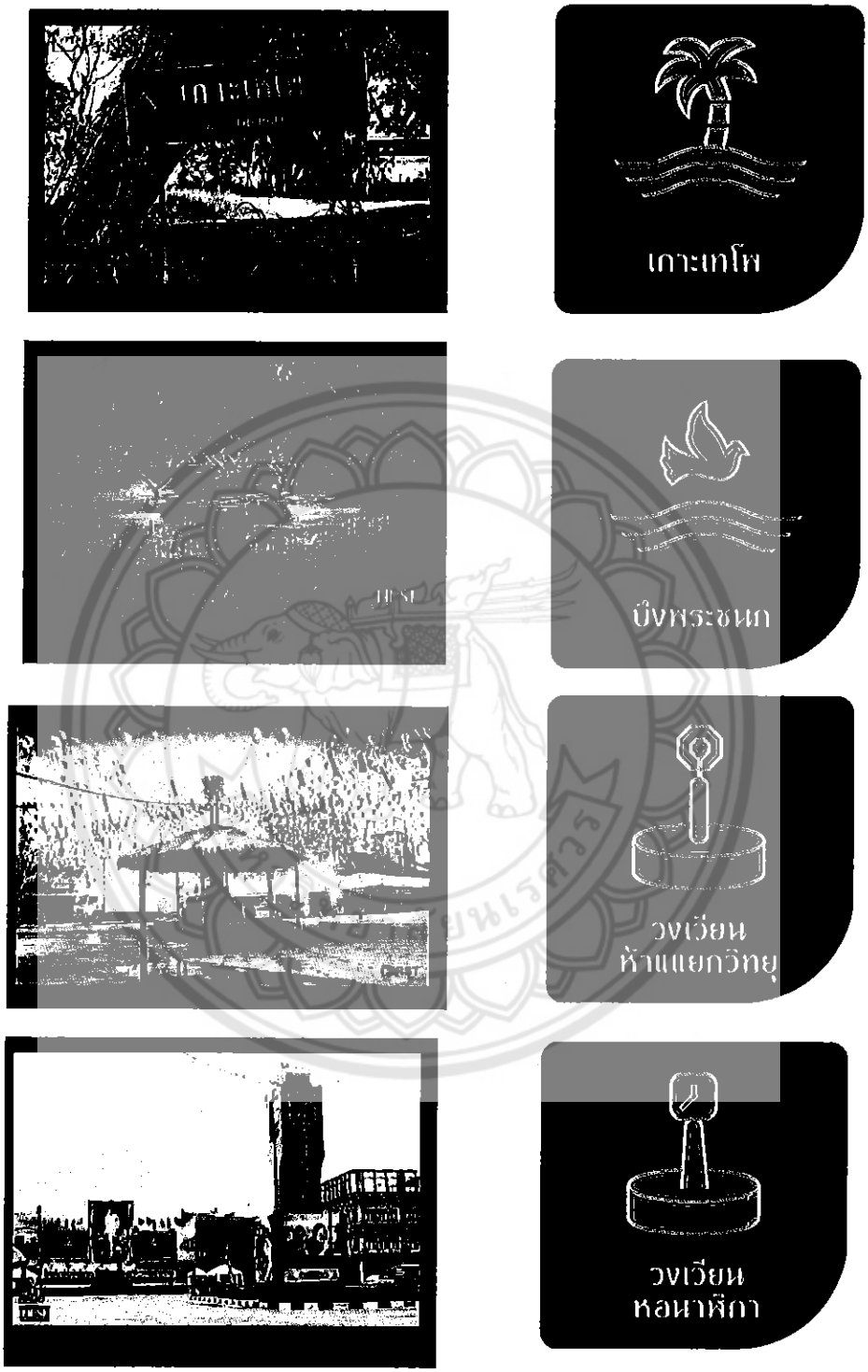
หมวดสถานที่
(Identifying)



ภาพที่ 78 แบบสเก็ตซ์ที่ 6 พิกโตแกรม หมวดสถานที่ (1)

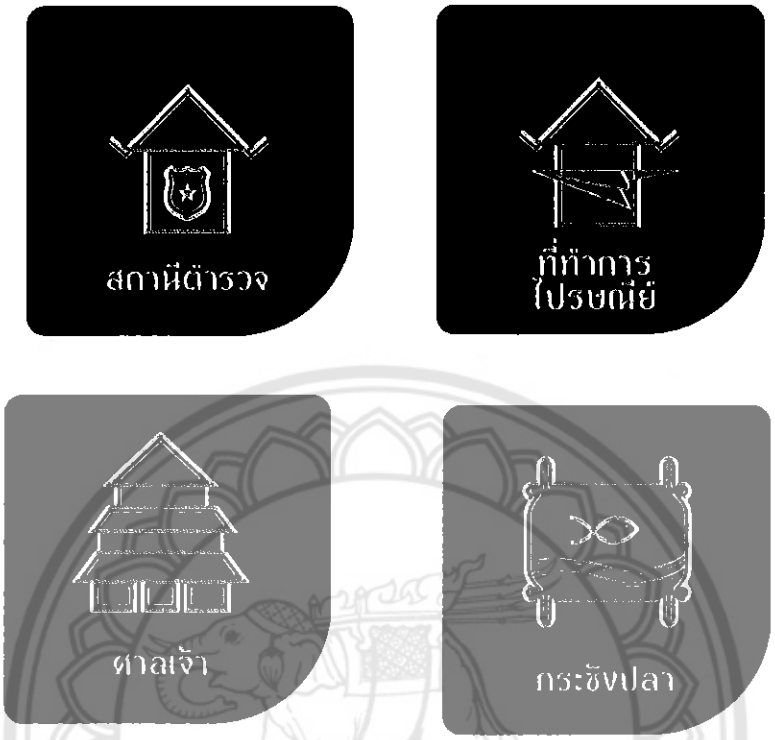


ภาพที่ 79 แบบสเก็ตซที่ 6 พิกโตแกรม หมวดสถานที่ (2)



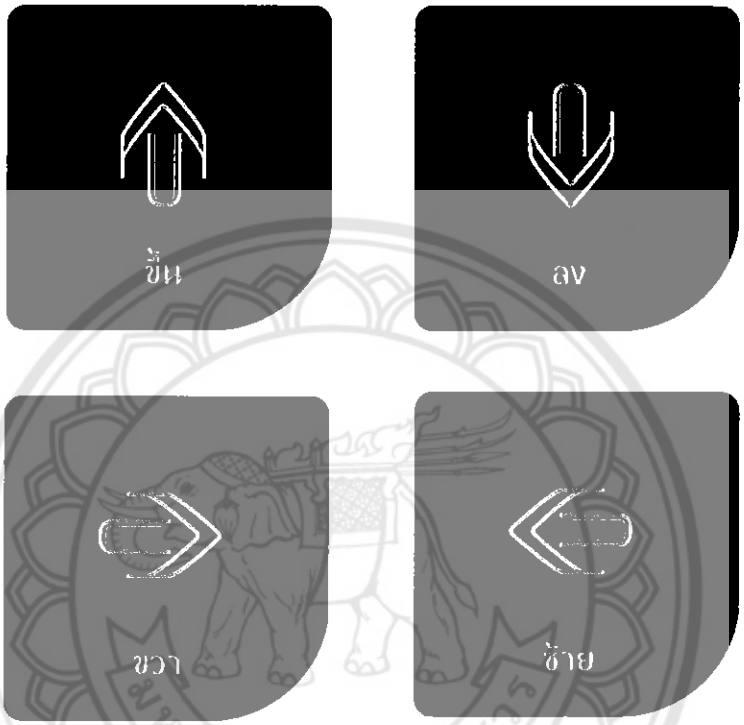
ภาพที่ 80 แบบสเก็ตชที่ 6 พิกโตแกรม หมวดสถานที่ (3)

ภาพที่ 81 แบบสเก็ตชที่ 6 พิกโตแกรม หมวดสถานที่ (4)

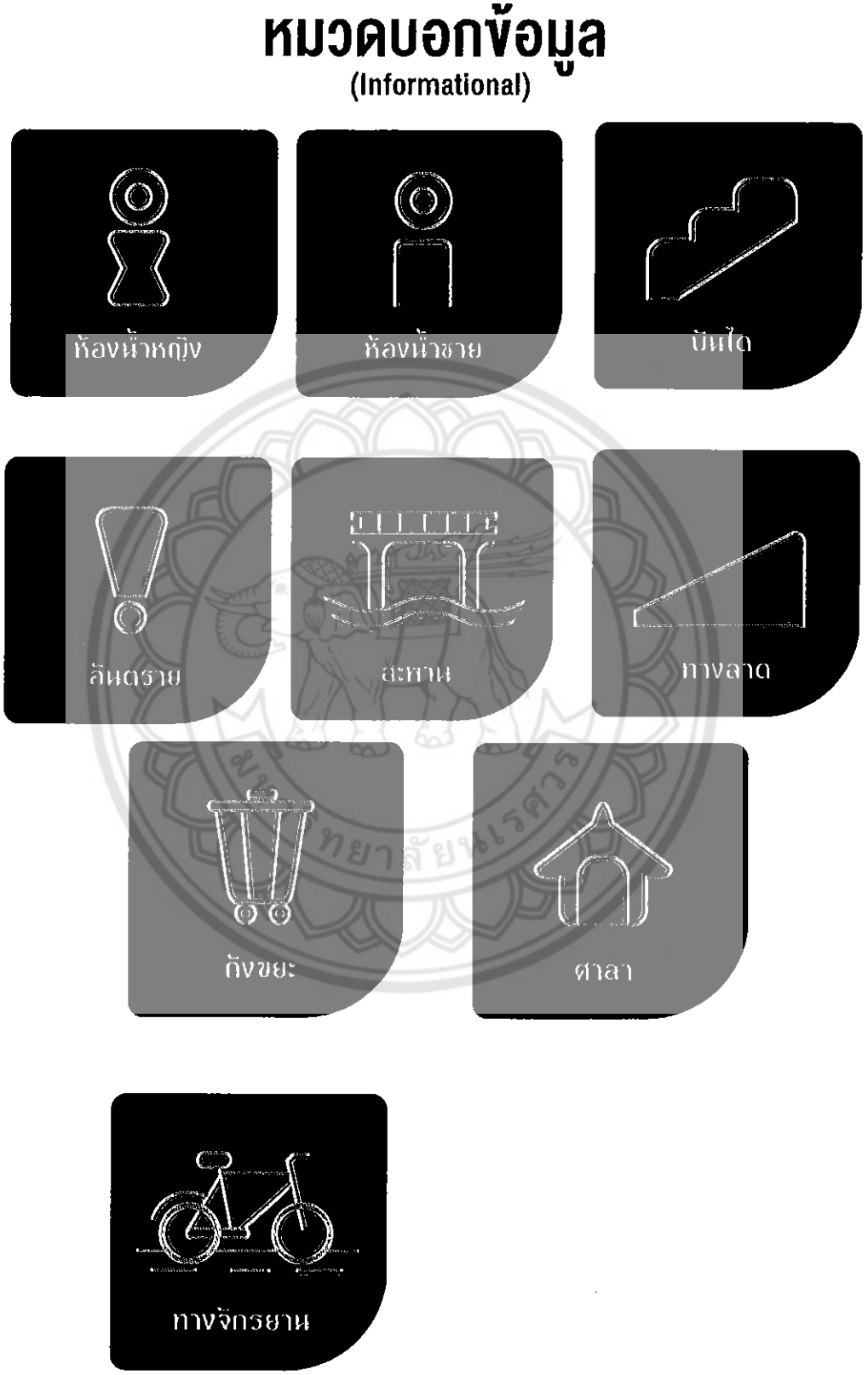


ภาพที่ 82 แบบสเก็ตซที่ 6 พิกโตแกรม หมวดสถานที่ (5)

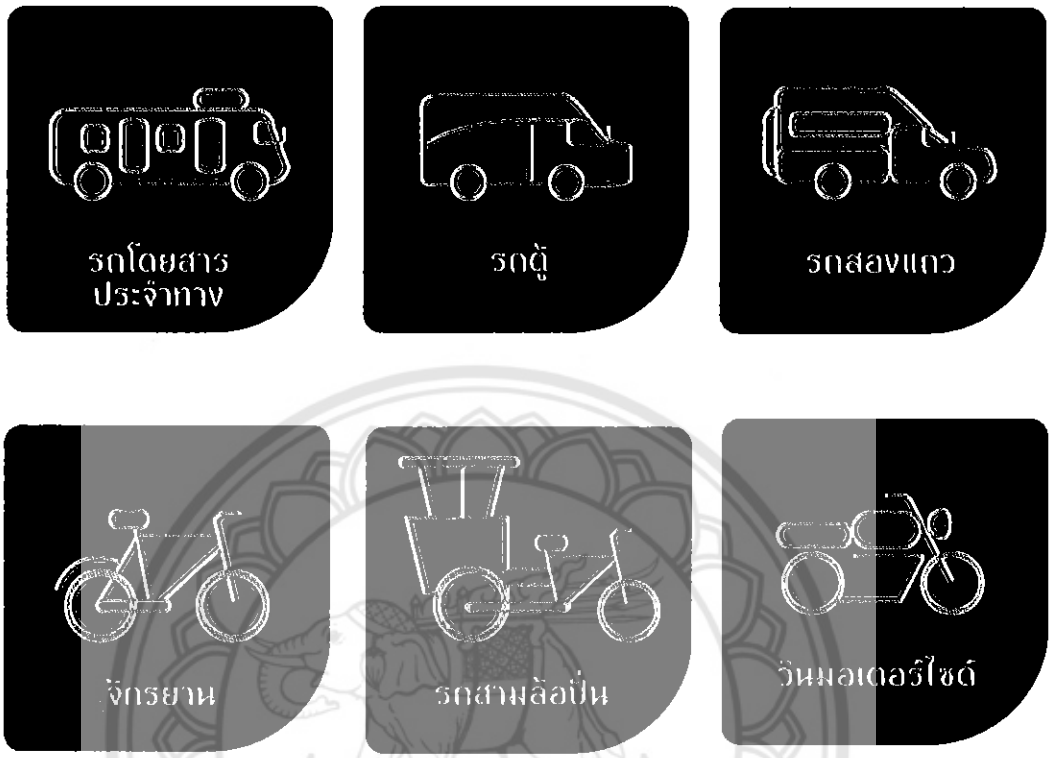
หมวดบอกทิศทาง
(Directional)



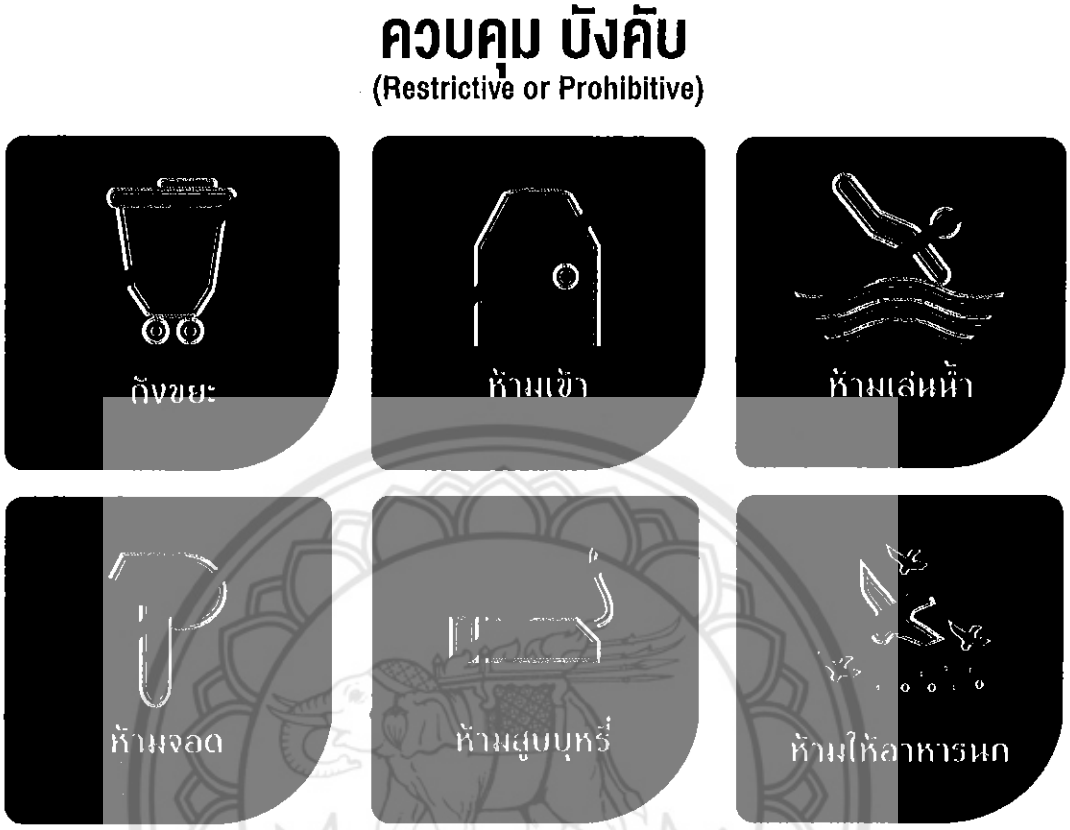
ภาพที่ 83 แบบสเก็ตชที่ 6 พิกโตแกรม หมวดบอกทิศทาง



ภาพที่ 84 แบบสเก็ตซที่ 6 พิกโตแกรม หมวดบอกข้อมูล (1)

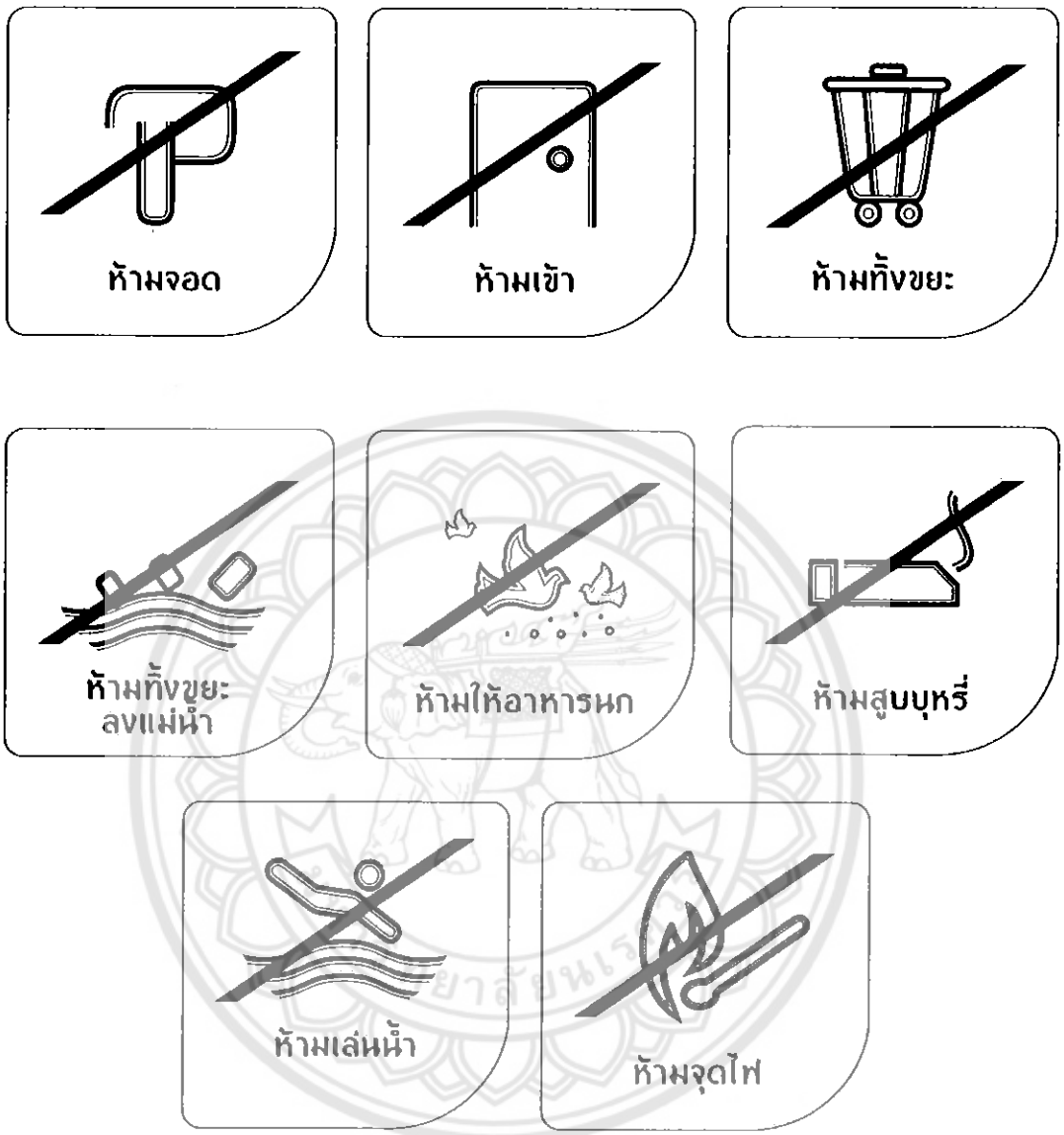


ภาพที่ 85 แบบสเก็ตช์ที่ 6 พิกโตแกรม หมวดบอกข้อมูล (2)



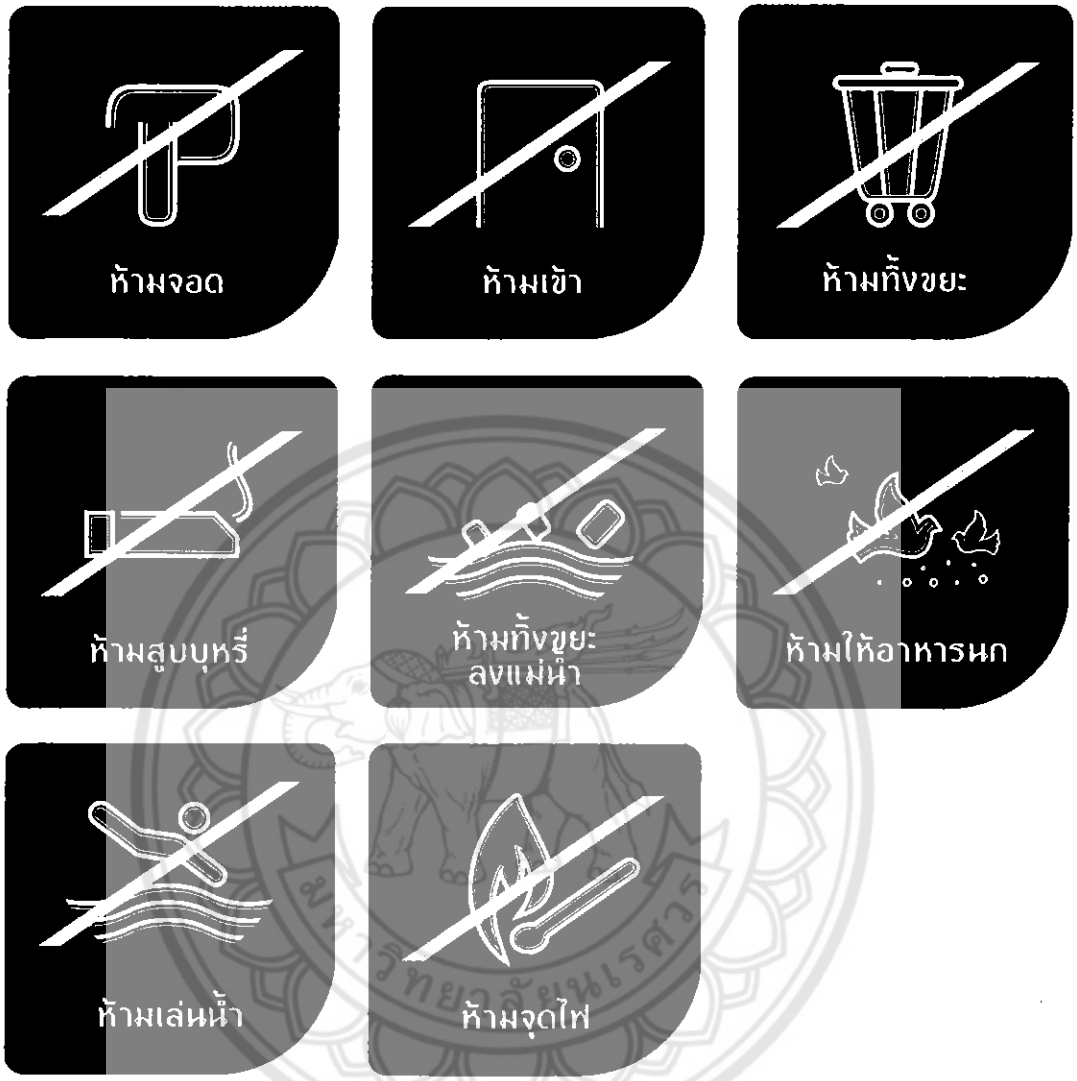
ภาพที่ 86 แบบสเก็ตซที่ 6 พิกโตแกรม หมวดควบคุมบังคับ

จะเห็นได้ว่า ลักษณะของเส้นพาดมีความไม่ลงตัว ซึ่งทำให้การออกแบบนั้นดูไม่สวยงาม จึงได้มีการปรับพัฒนาแบบและสีของป้าย



ภาพที่ 87 แบบสเก็ตชที่ 6 พิกโตแกรม หมวดควบคุมบังคับ แก้ไขครั้งที่ 1

ด้วยลักษณะของสีป้ายนั้นเป็นสีขาว ทำให้ตัวป้ายนั้นดูไม่สอดคล้องกับงานในภาพรวม และในทางจิตวิทยาของสีนั้นดูไม่มีอิทธิพลในการห้าม จึงทำการแก้ไข

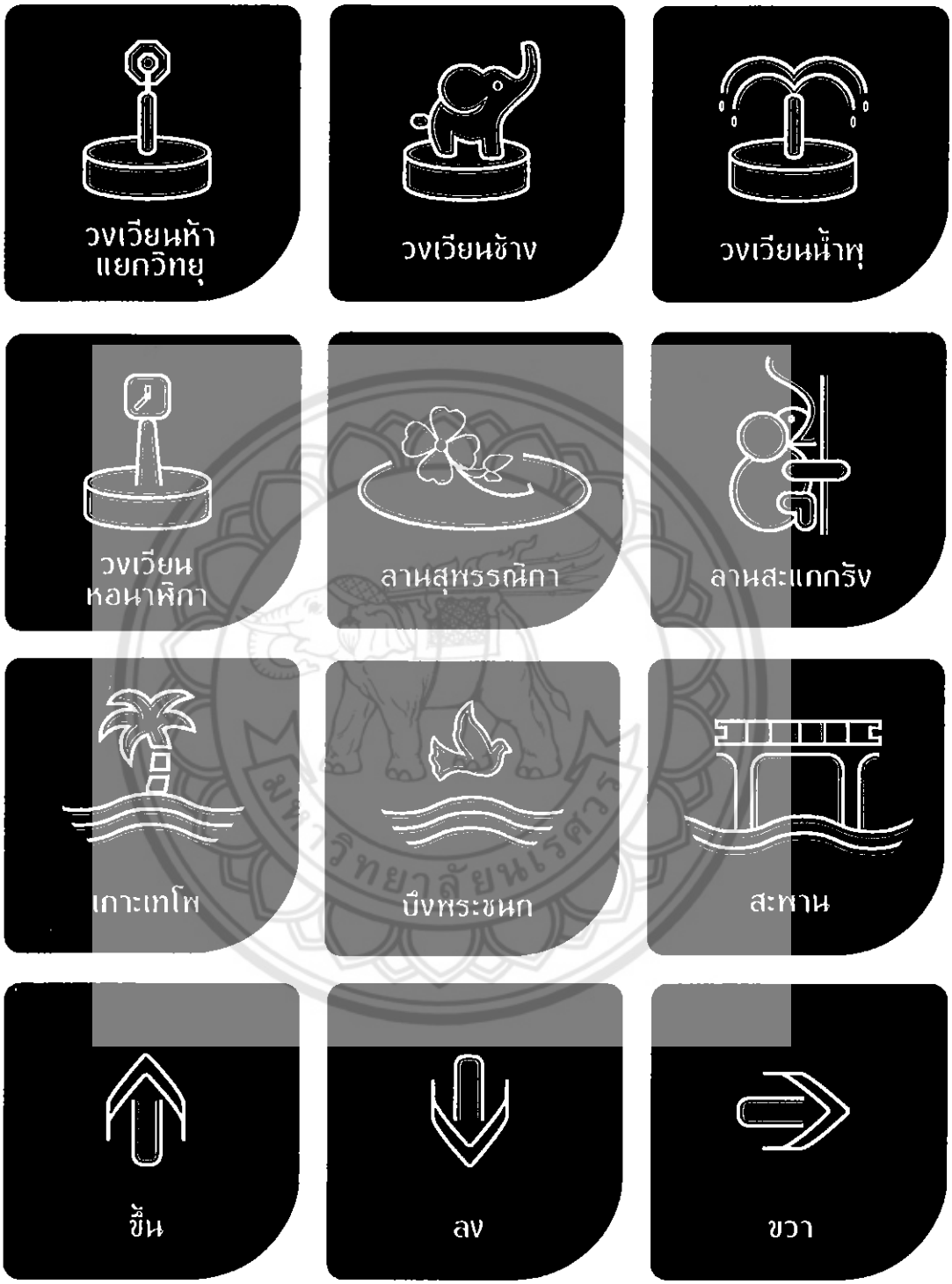


ภาพที่ 88 แบบสเก็ตซที่ 6 พิกโตแกรม หมวดควบคุมบังคับ แก้ไขครั้งที่ 2

จากการแก้ไขสรุปได้จากการออกแบบคือ ป้ายหมวดควบคุมบังคับนั้น อยู่ในลักษณะของป้ายสีแดงขาด ในสีของไทยโทน พิกโตแกรมสีขาว ซึ่งจะให้ความรู้สึกทางจิตวิทยาของสีได้ดีกว่า และเป็นไปตามแบบลักษณะของสากลในหมวดควบคุมบังคับอีกด้วย

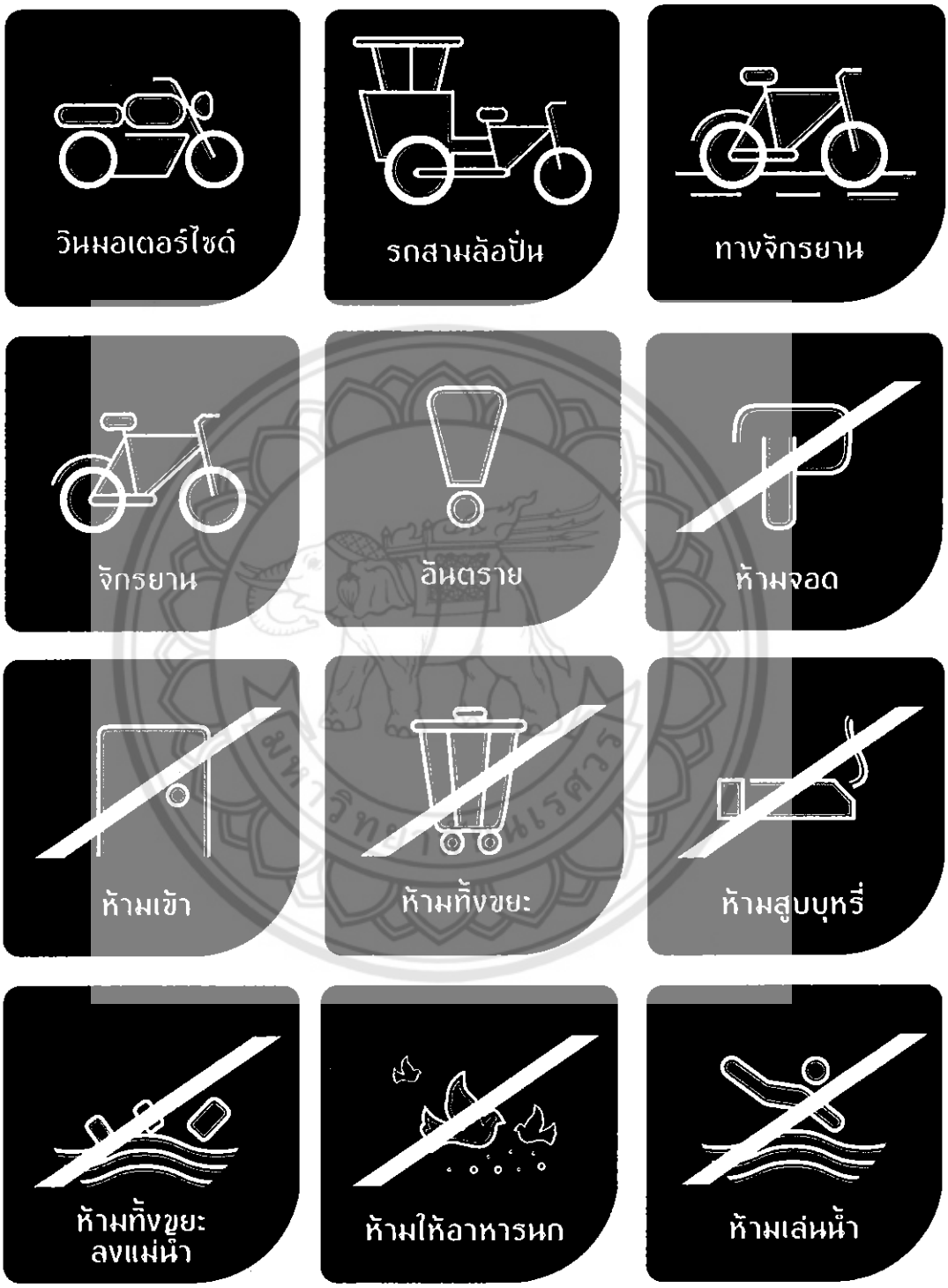
4.2 พิกโตแกรม(แบบสมบูรณ์)

ภาพที่ 89 พิกโตแกรมแบบสมบูรณ์ (1)

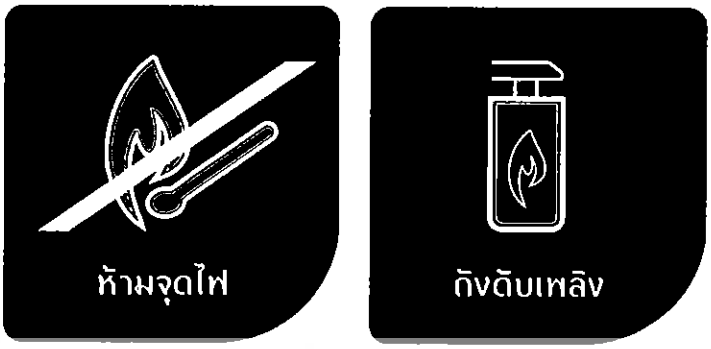


ภาพที่ 90 พิกโตแกรมแบบสมบูรณ์ (2)

ภาพที่ 91 พิกโตแกรมแบบสมบูรณ์ (3)



ภาพที่ 92 พิกโตแกรมแบบสมบูรณ์ (4)

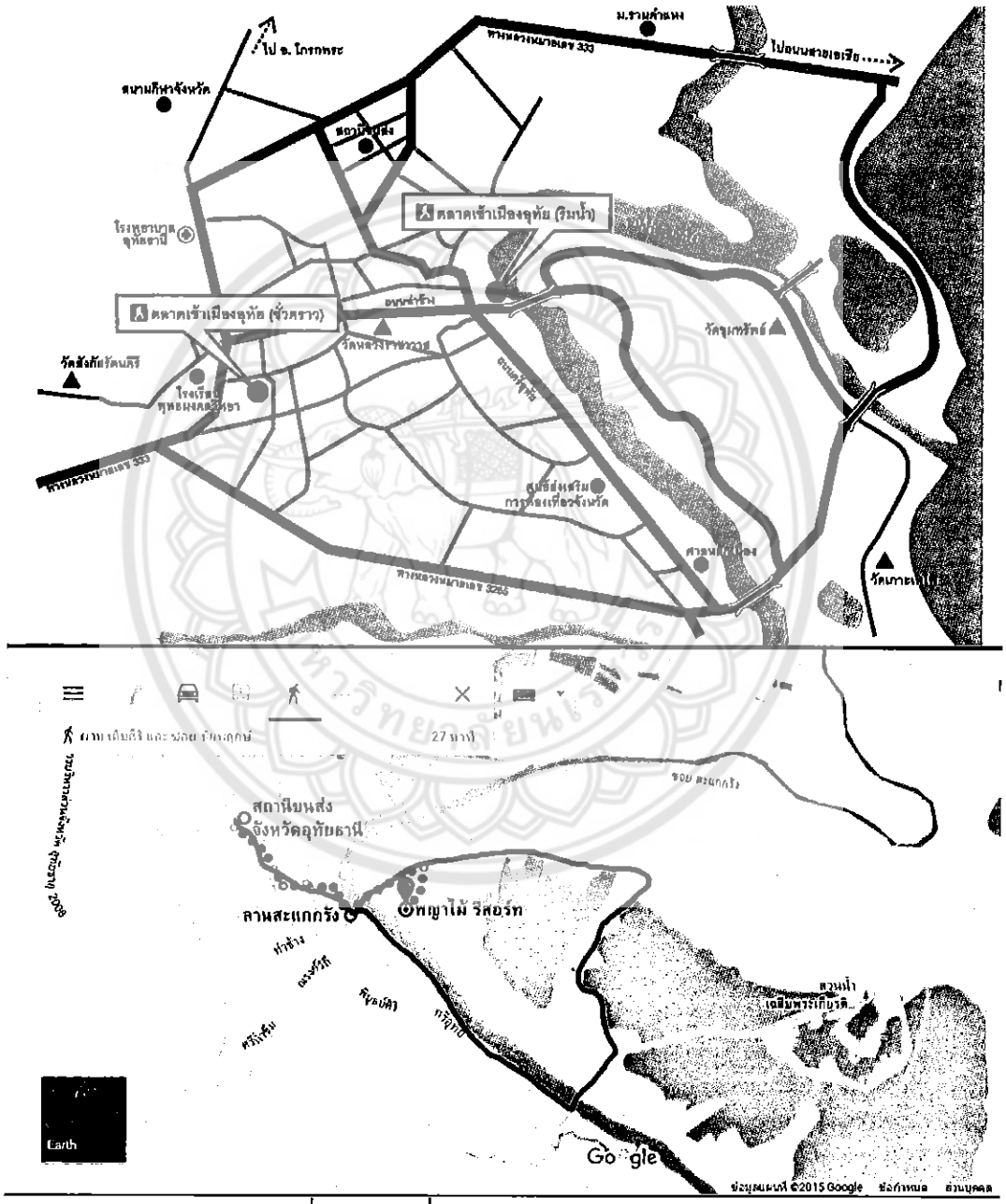


ภาพที่ 93 พิกโตแกรมแบบสมบูรณ์ (5)

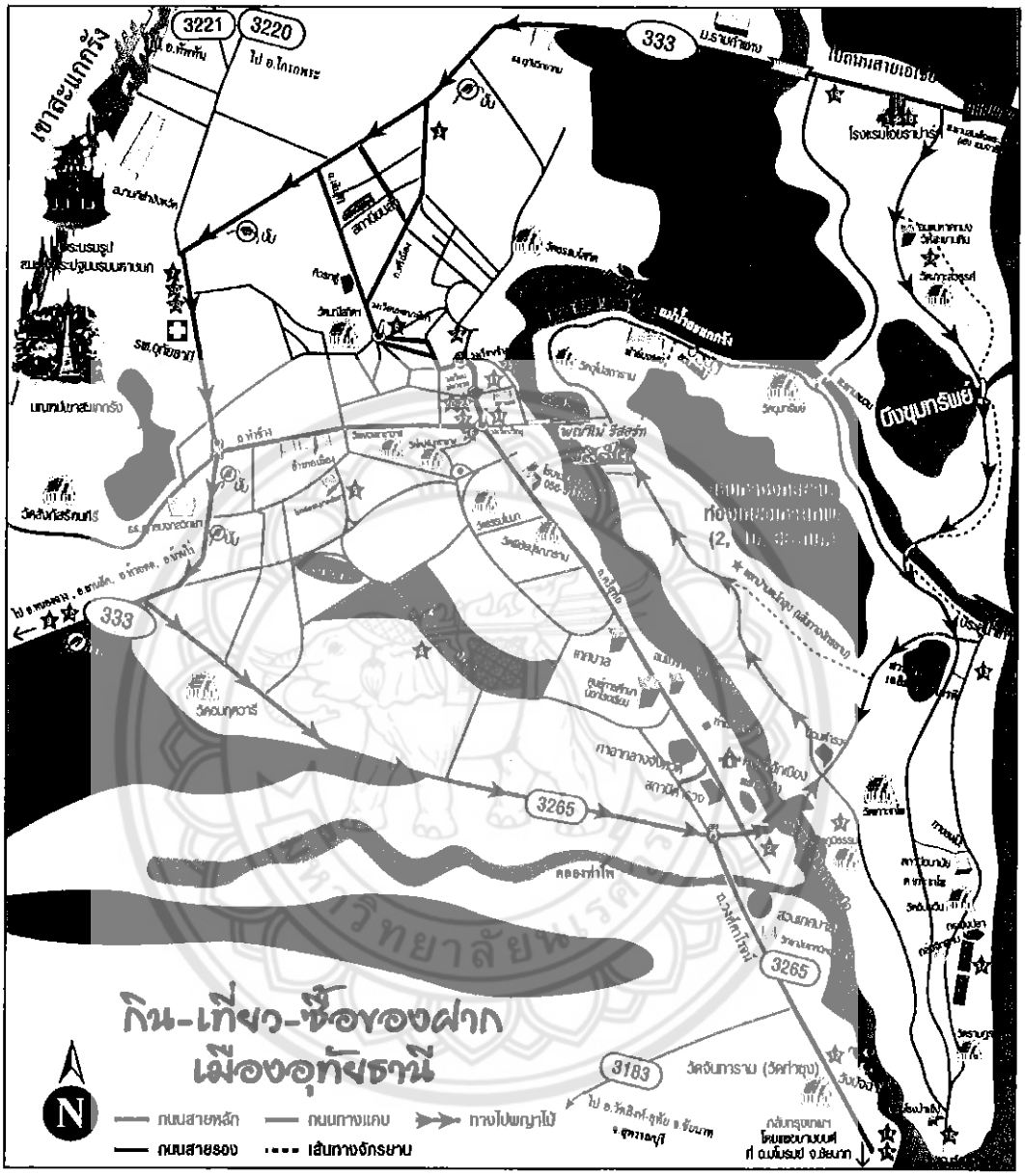
มหาวิทยาลัยนเรศวร

4.3 แผนที่

ในการออกแบบระบบป้ายสัญลักษณ์นั้น แผนที่คือสิ่งหนึ่งที่ขาดไม่ได้ผู้ทำวิทยานิพนธ์จึงได้รวบรวมข้อมูลลักษณะแผนที่เบื้องต้น และนำมาพัฒนาให้เข้ากับการออกแบบระบบป้ายสัญลักษณ์สำหรับเส้นทางท่องเที่ยวรอบเมืองอุทัยธานี เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

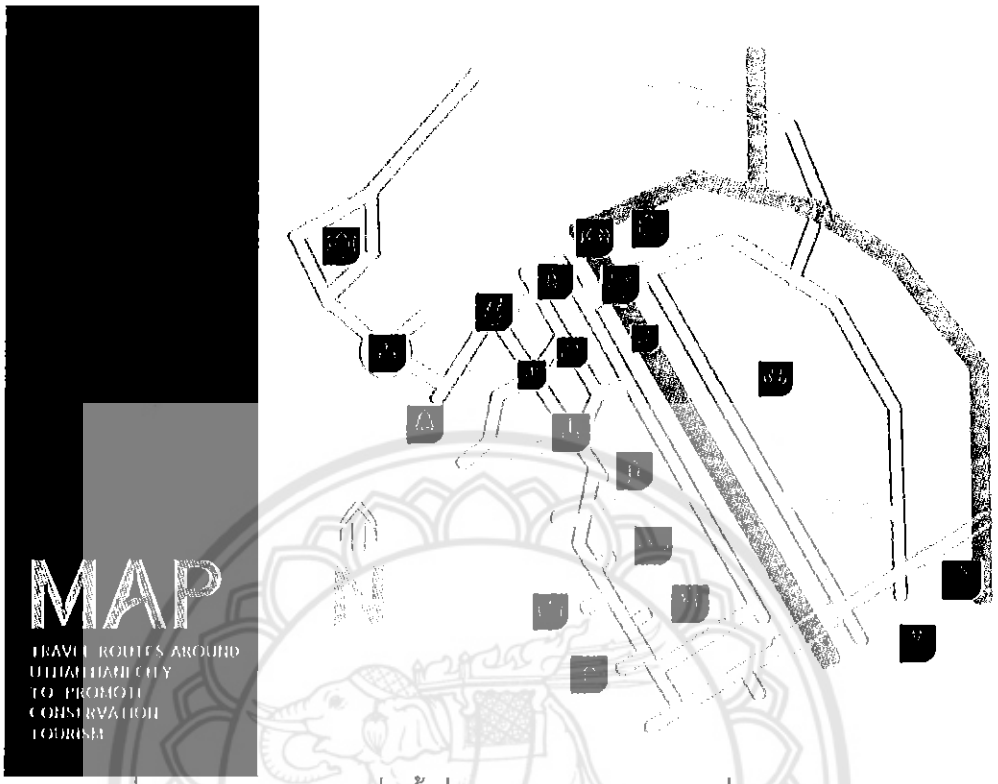


ภาพที่ 94 แผนที่บริเวณอำเภอเมืองอุทัยธานี (1)

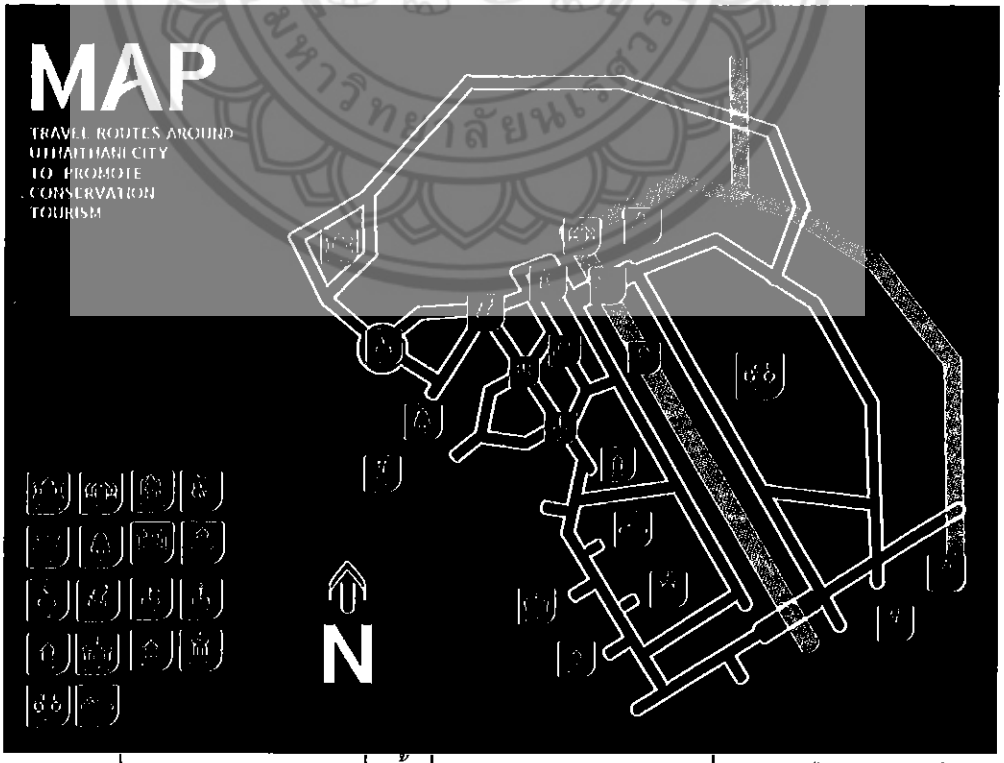


ภาพที่ 95 แผนที่เบริเวณอำเภอเมืองอุทัยธานี (2)

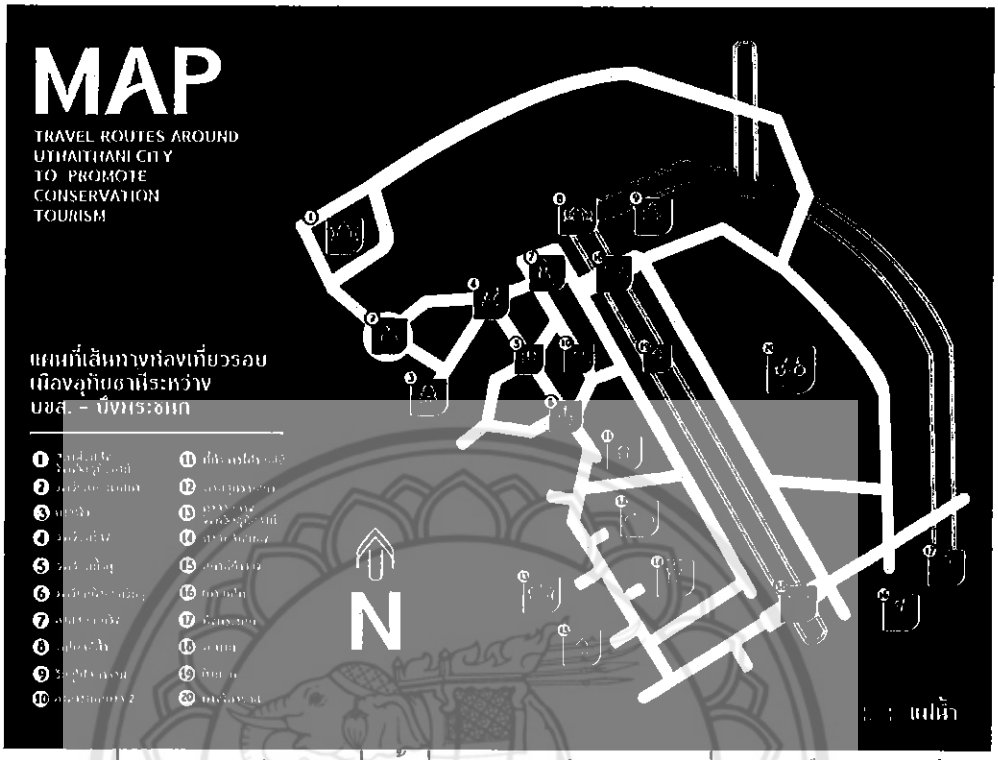
ที่มา : http://salm.blob.core.windows.net/review-source/68e75b8f-5e5c-9763-8b5a-52a98fe426ed.png



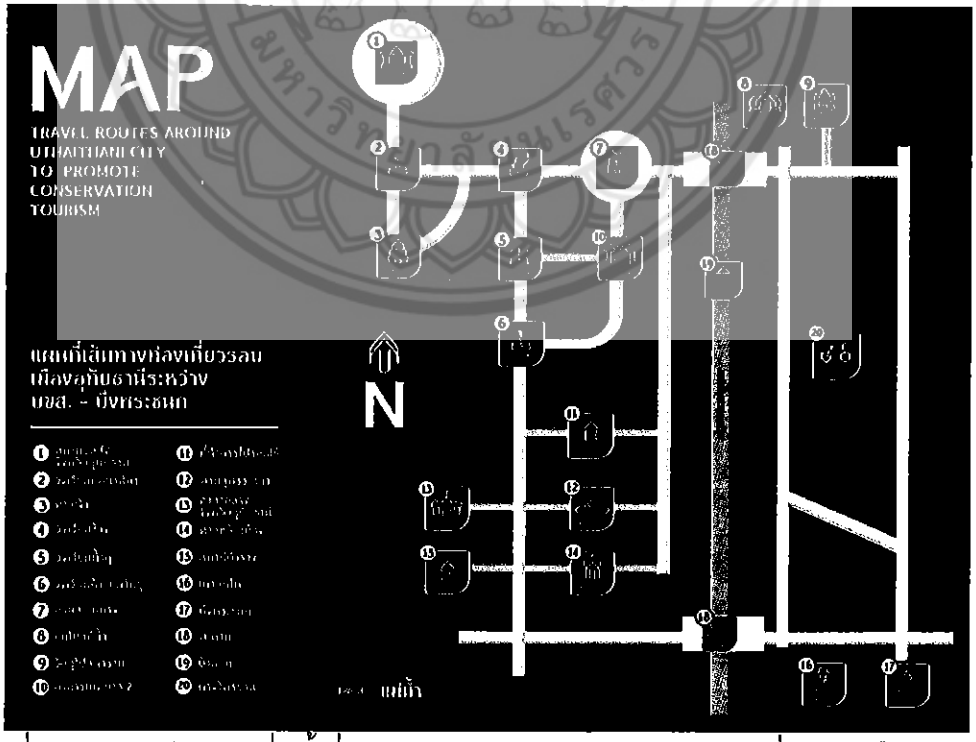
ภาพที่ 96 แบบสเก็ตซแผนที่ ครั้งที่ 1 บริเวณเส้นทางท่องเที่ยวรอบเมืองอุทัยธานี



ภาพที่ 97 แบบสเก็ตซแผนที่ ครั้งที่ 2 บริเวณเส้นทางท่องเที่ยวรอบเมืองอุทัยธานี



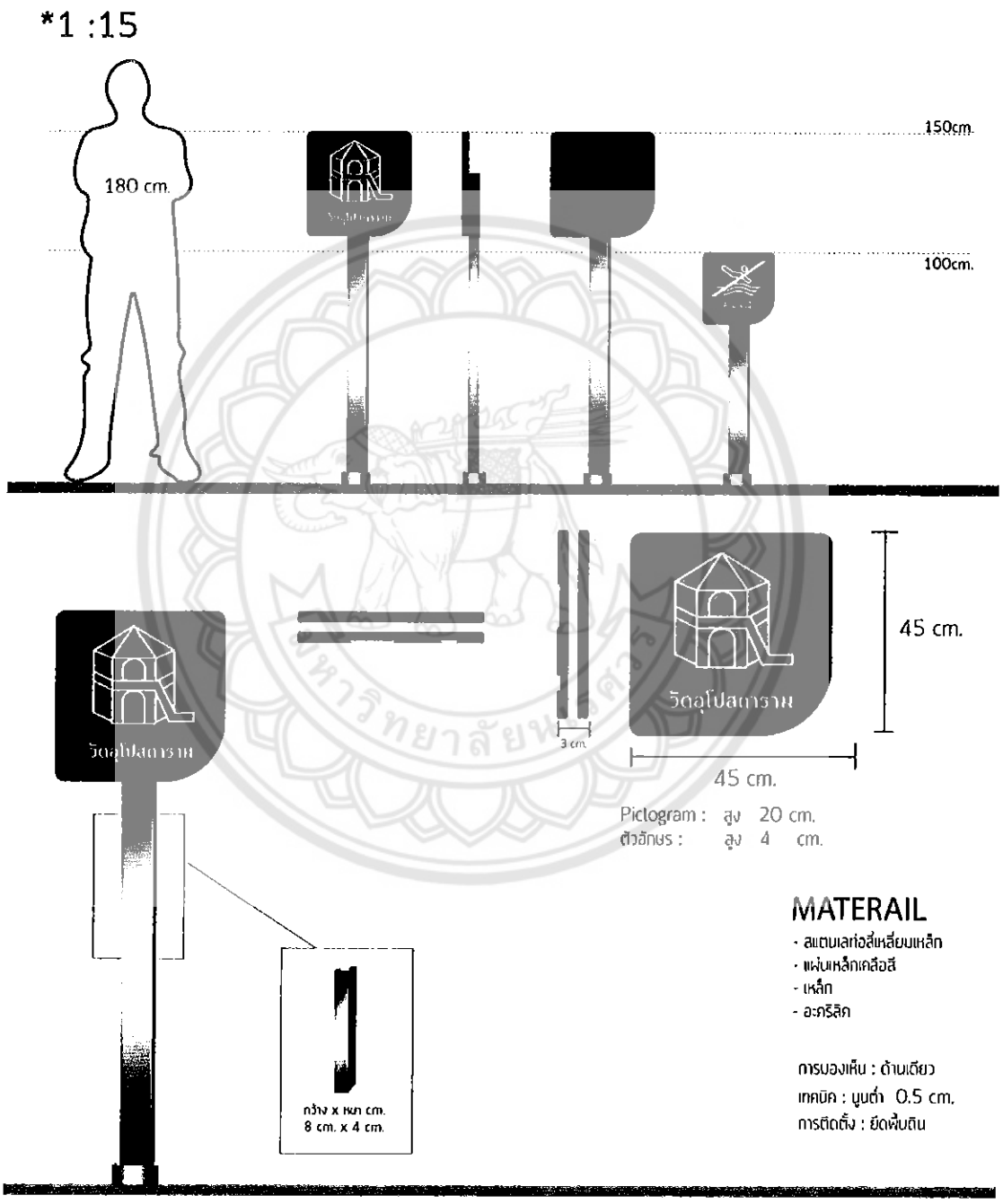
ภาพที่ 98 แบบสเก็ตซแผนที่ ครั้งที่ 3 บริเวณเส้นทางท่องเที่ยวรอบเมืองอุทัยธานี



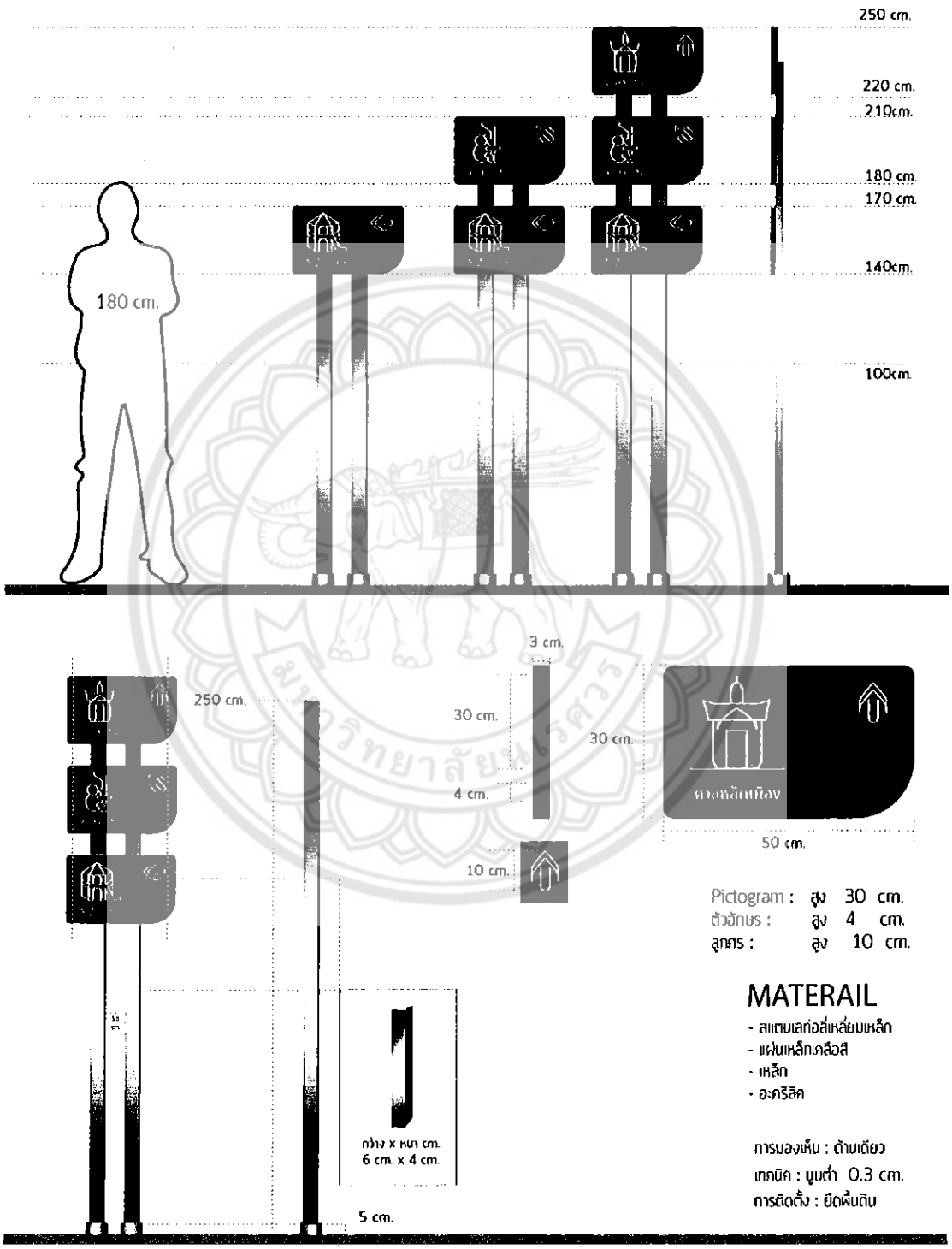
ภาพที่ 99 แบบสเก็ตซแผนที่ ครั้งที่ 4 (แบบสมบูรณ์) บริเวณเส้นทางท่องเที่ยวรอบเมืองอุทัยธานี

4.4 Wayfinding Design

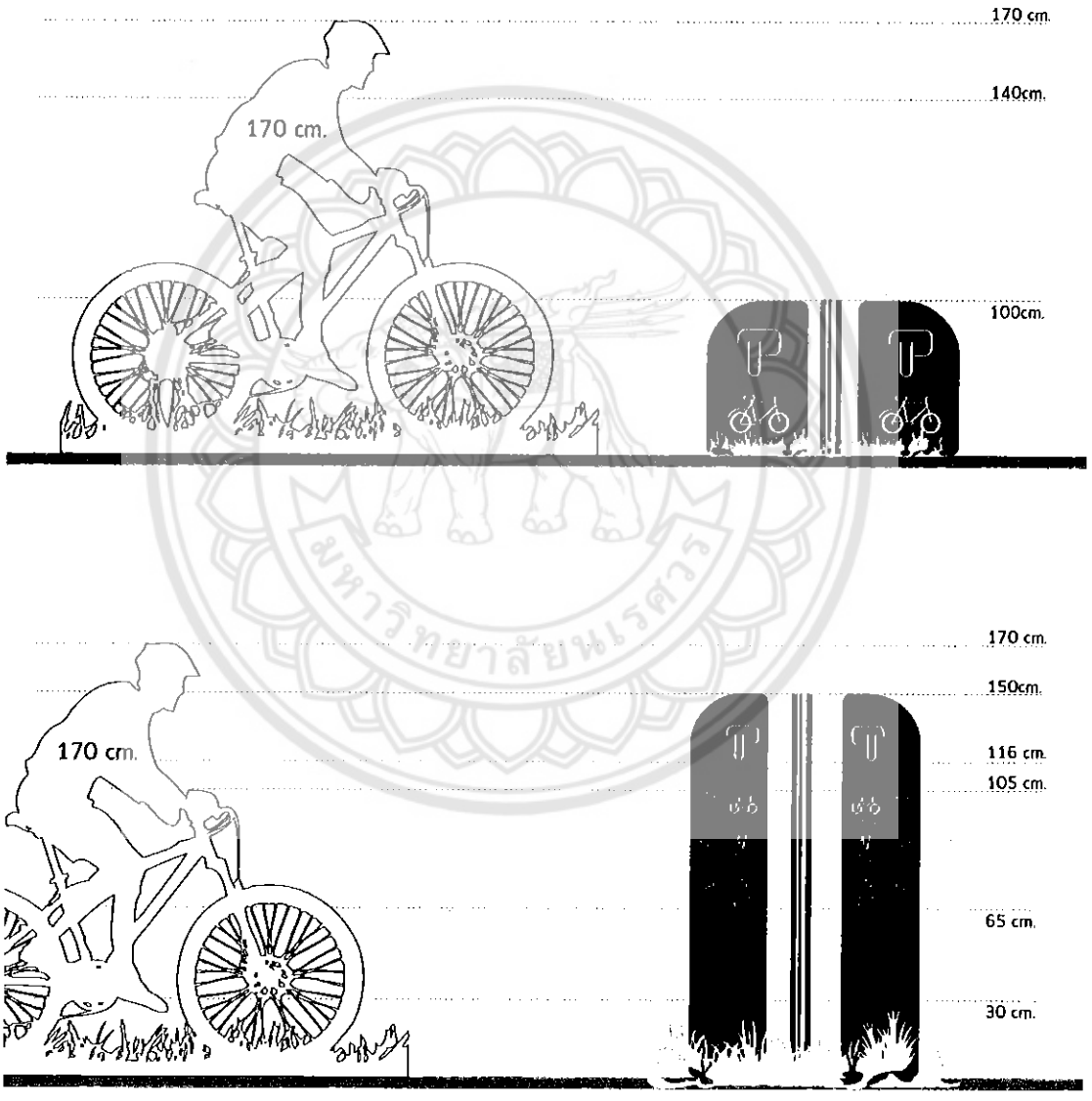
ป้ายตั้งขา วางตามสถานที่ (Free Standing Sign)



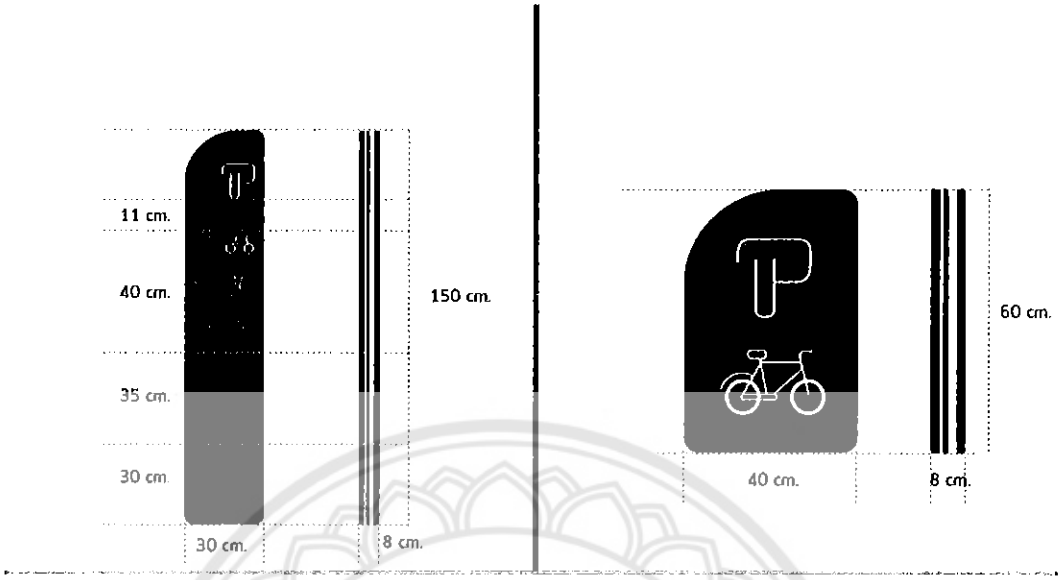
ภาพที่ 100 ป้ายตั้งขา วางตามสถานที่ (Free Standing Sign) (1)



ภาพที่ 101 ป้ายตั้งขา วางตามสถานที่ (Free Standing Sign) (2)



ภาพที่ 102 ป้ายตั้งขา วางตามสถานที่ (Free Standing Sign) (3)



P : สูง 15 cm.
Pictogram : สูง 10 cm.
ตัวอักษร : สูง 2 cm.
ลูกศร : สูง 6 cm.

การมองเห็น : สองด้าน
เทคนิค : นูนต่ำ 0.5 CM
การติดตั้ง : ปักลงดินลึก 50 cm.

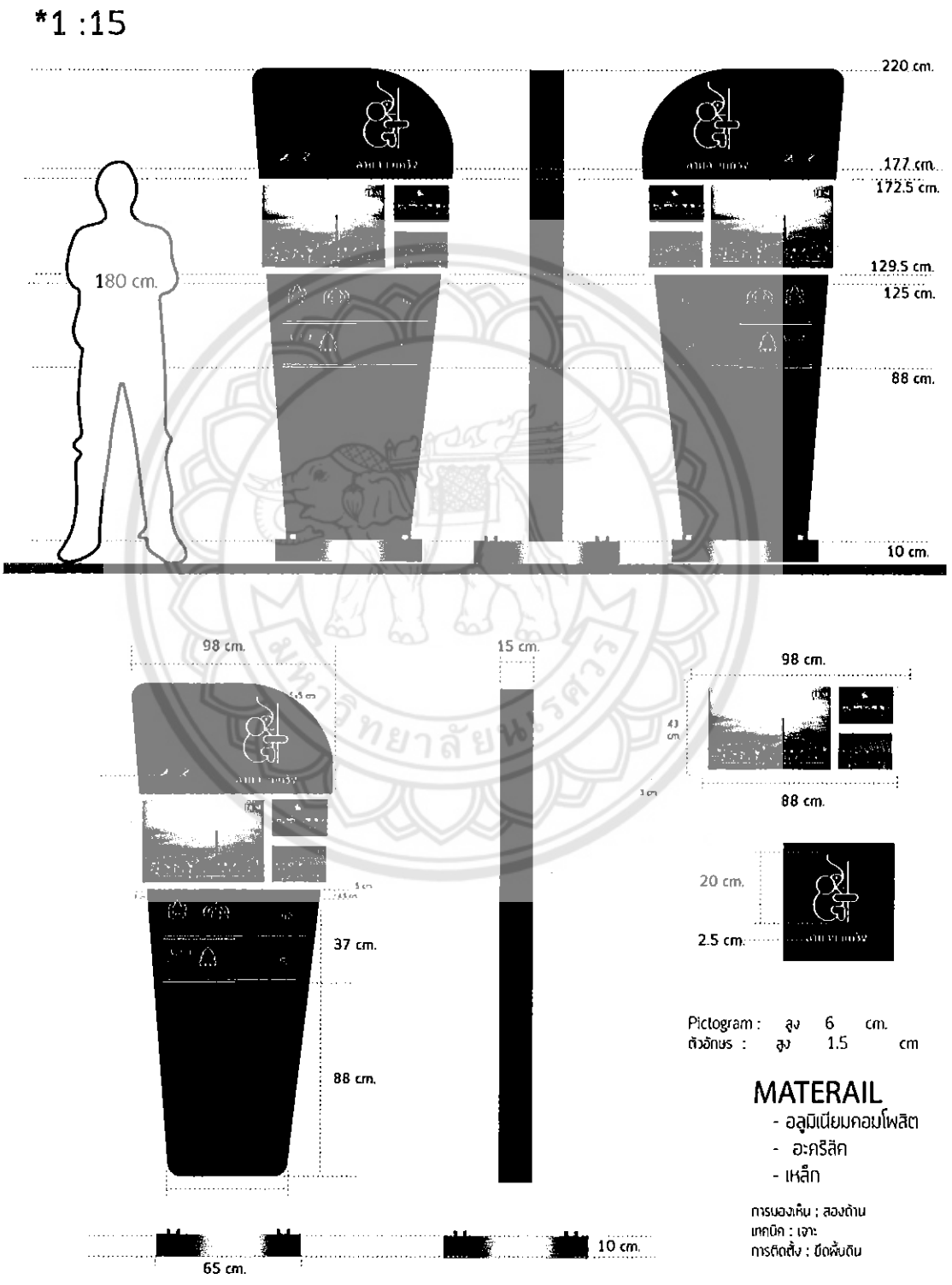
MATERAIL
- อลูมิเนียมคอมโพสิต
- อะคริลิค

P : สูง 17.5 cm.
ตัวอักษร : สูง 4 cm

การมองเห็น : สองด้าน
เทคนิค : นูนต่ำ 0.5 CM
การติดตั้ง : ปักลงดินลึก 50 cm.

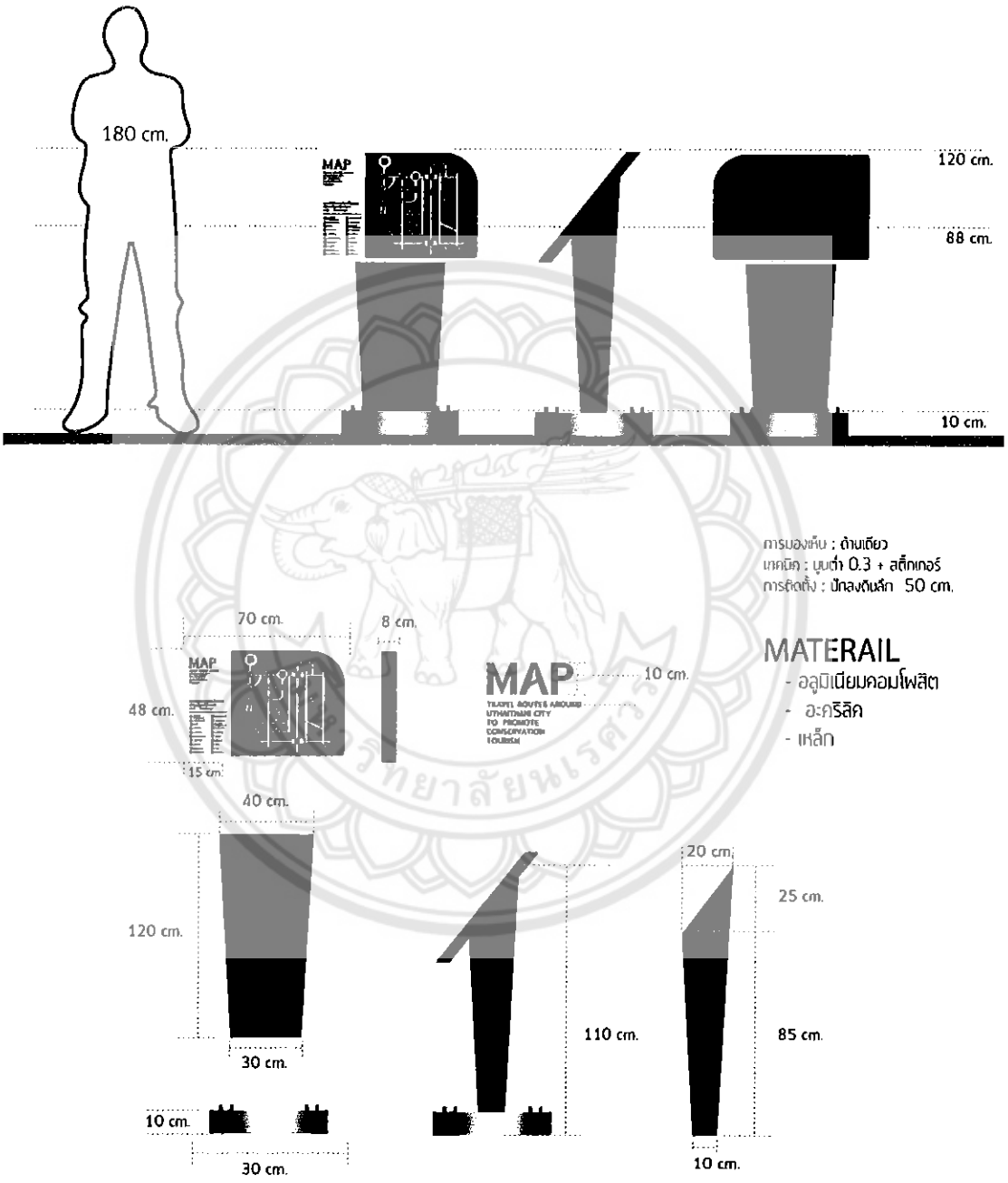
ภาพที่ 103 รายละเอียด ป้ายตั้งขา วางตามสถานที่ (Free Standing Sign) (4)

ป้ายบอกข้อมูล (Information Sign)



ภาพที่ 104 ป้ายบอกข้อมูล (Information Sign) (1)

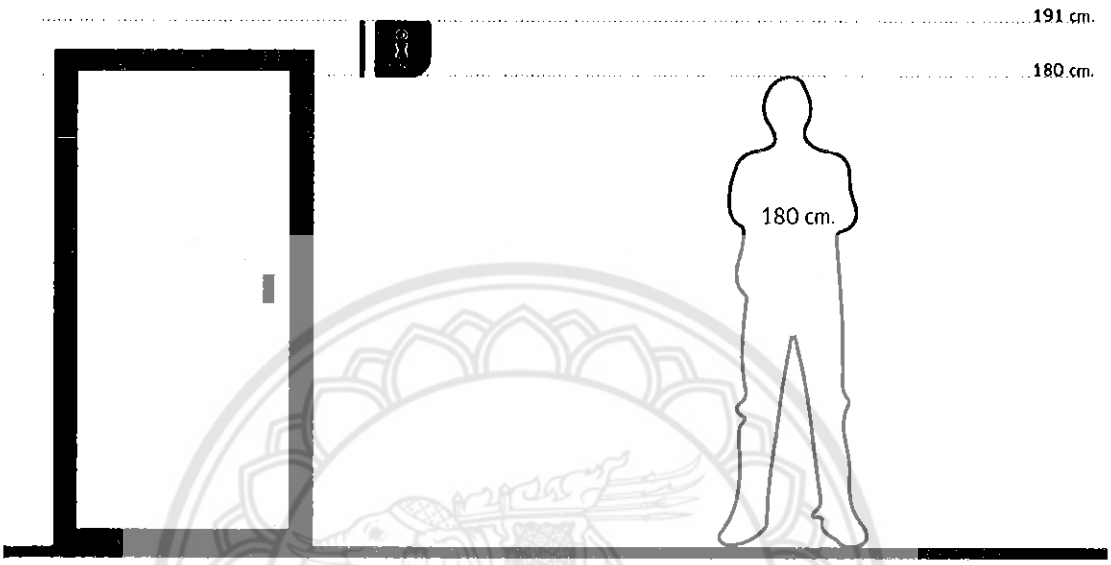
*1 :15



ภาพที่ 105 ป้ายบอกข้อมูล (Information Sign) (2)

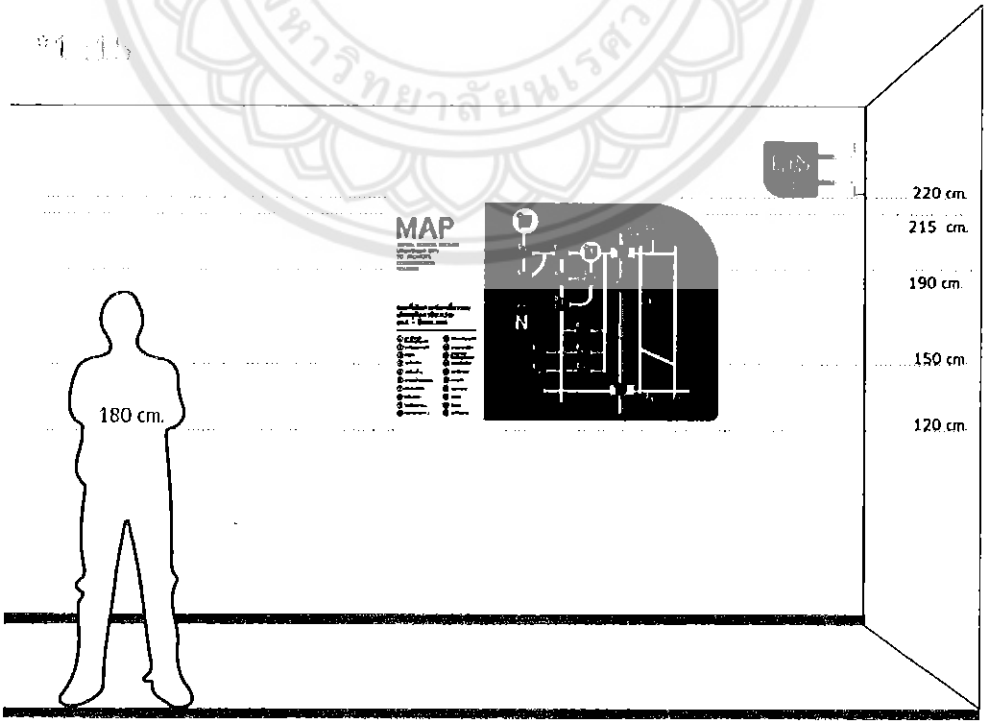
ป้ายยื่นออกจากผนัง (Projecting Song)

*1 :15

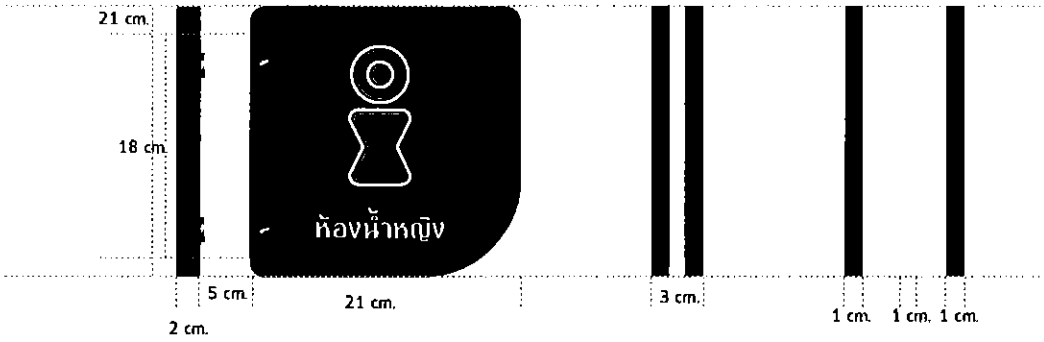


ภาพที่ 106 ป้ายยื่นออกจากผนัง (Projecting Song)

ป้ายติดผนัง (Wall Sign)



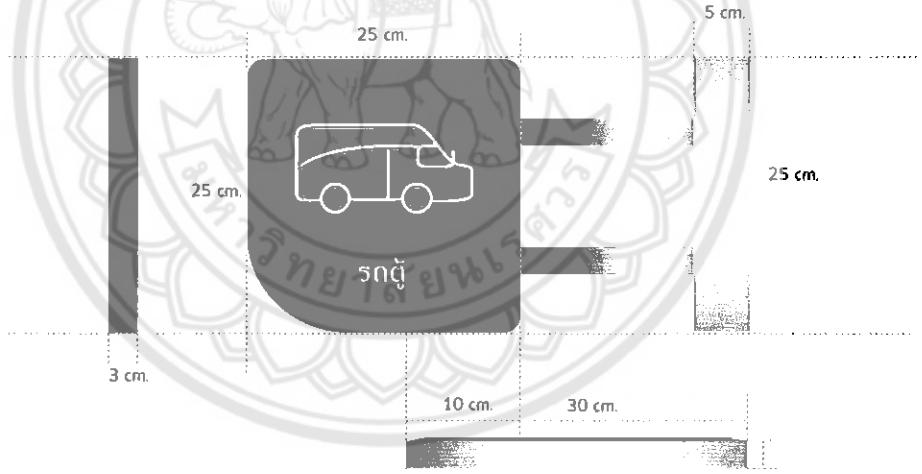
ภาพที่ 107 ป้ายติดผนัง (Wall Sign)



Pictogram : สูง 12 cm.
ตัวอักษร : สูง 2.5 cm

การมองเห็น : สองด้าน
เทคนิค : นูนต่ำ 0.5 CM
การติดตั้ง : ยึดติดผนัง

MATERAIL
- อลูมิเนียมคอมโพสิต
- อะคริลิค
- น็อต

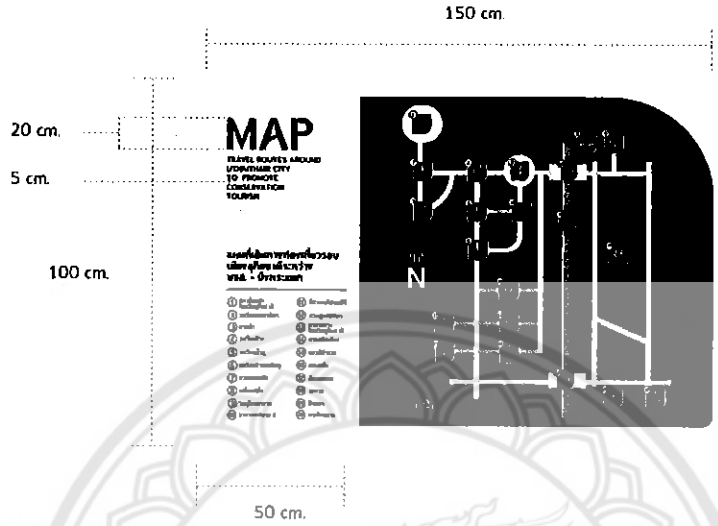


Pictogram : สูง 13 cm.
ตัวอักษร : สูง 2.5 cm

การมองเห็น : สองด้าน
เทคนิค : นูนต่ำ 0.5 CM
การติดตั้ง : ยึดติดผนัง

MATERAIL
- อลูมิเนียมคอมโพสิต
- อะคริลิค
- สแตนเลสก่อสี่เหลี่ยมเหล็ก

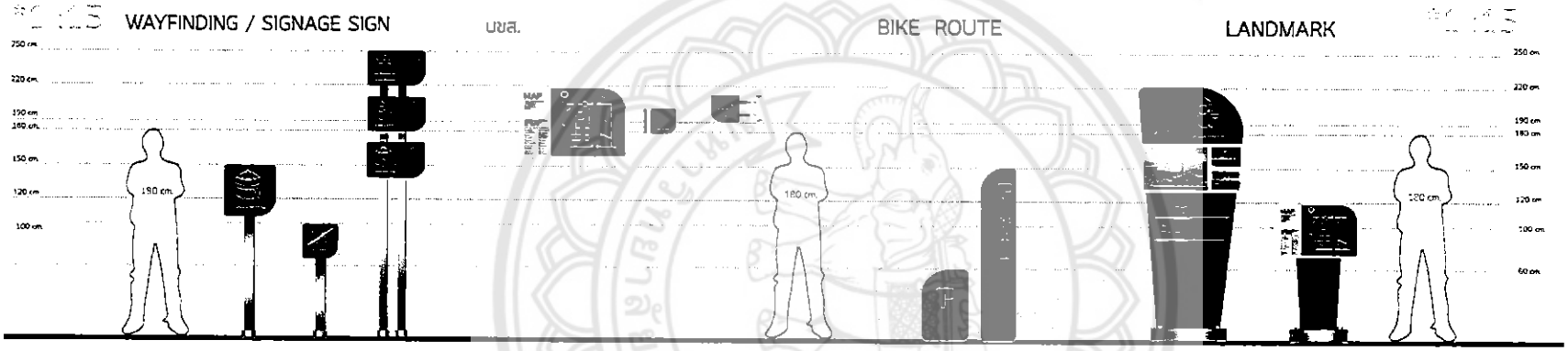
ภาพที่ 108 รายละเอียด ป้ายยื่นออกจากผนัง (Projecting Song)



การมองเห็น : ด้านเดียว
เทคนิค :สติ๊กเกอร์
การติดตั้ง : ติดผนังสูงจากพื้น 120 cm.

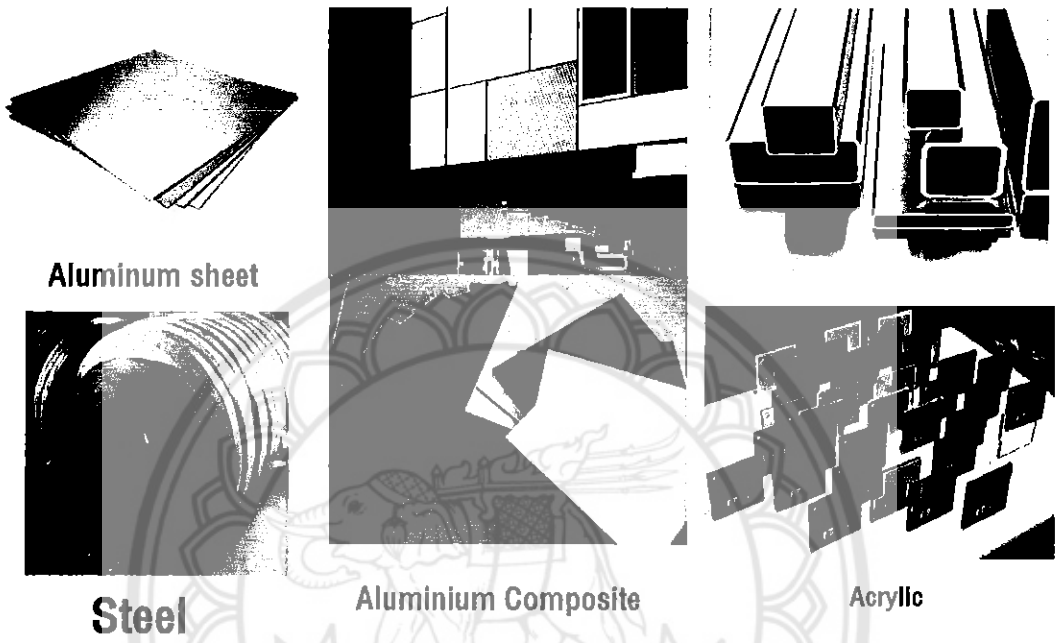
MATERAIL
- แผ่นอะคริลิค

ภาพที่ 109 รายละเอียด ป้ายติดผนัง (Wall Sign) แผนที่



ภาพที่ 110 Sign Family

4.5 วัสดุ (Material)



ภาพที่ 111 วัสดุ

วัสดุที่ใช้ประกอบไปด้วย

1) Aluminium Composite
2) Aluminium Sheet
3) Acrylic
4) ท่อสแตนเลส

1) Aluminium Composite

ภาพที่ 112 Aluminium Composite

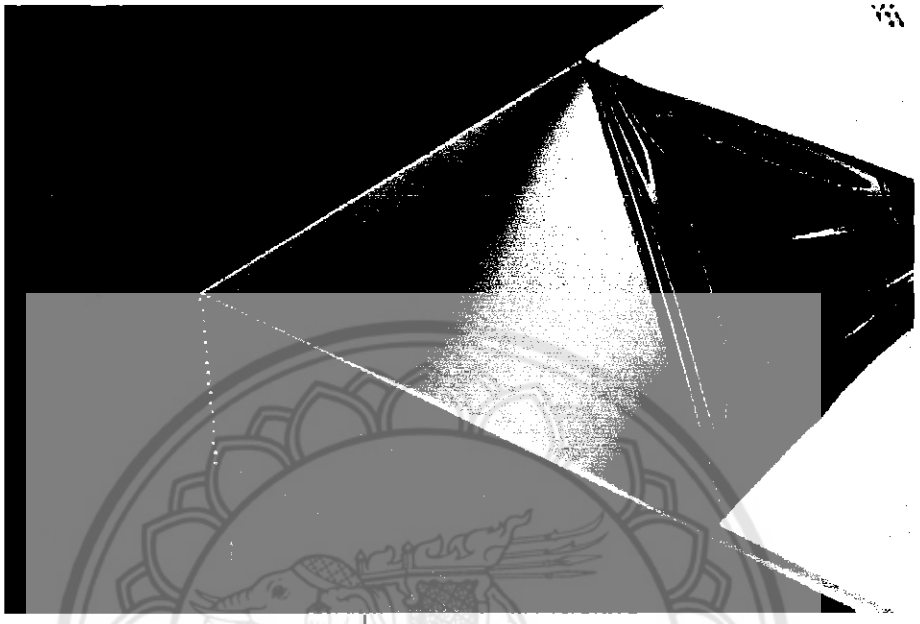
ที่มา : http://krishnaaluminium.weebly.com/store/p4/Aluminum_Composite_Panels.html

คือ วัสดุวิศวกรรมเอนกประสงค์เพื่องานสถาปัตยกรรม งานตกแต่งภายใน **ตลอดจนงานสร้างสรรค์ทุกชนิด ที่ต้องการความสวยงามคงทน นานนับสิบปี อลูมิเนียม คอม โพสิต เป็นวัสดุที่ถูกพัฒนาขึ้นมาเพื่อเป็นวัสดุที่มีคุณภาพสูง โดยการนำคุณสมบัติเด่น ๆ ของวัสดุต่างชนิด มาประกอบเข้าด้วยกัน เพื่อให้ได้วัสดุชนิดใหม่ ที่มีน้ำหนักเบา แต่มีความแกร่งของผิวมากเพียงพอที่จะนำไปใช้ภายนอกอาคาร ซึ่งต้องทนรับสภาวะอากาศทุกประเภท ทั้งร้อน ฝน หนาว หรือแม้กระทั่ง หมอกควัน ที่มีสภาพความเป็นกรด-ด่าง ตลอดจนความชื้นที่แตกต่างกันไปแต่ละฤดูกาล โดยที่พื้นผิวยังคงความสวยงามได้ยาวนานนับสิบปี และ ยังสามารถดัดโค้งขึ้นรูปได้ง่ายอีกด้วย การใช้งาน สามารถใช้งานได้ทั้งภายใน และ ภายนอกอาคาร เช่น ทำเป็นผนังห้อง ฝ้าเพดาน หุ้มเสา ป้ายโฆษณา หลังคากันสาด หรือ ใช้หุ้มภายนอกอาคารทดแทนการทาสี ตลอดจนใช้ในการตกแต่ง เคาน์เตอร์ (Counter) ตู้ขายสินค้า (Kiosk) ต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี โครงสร้างของแผ่นอลูมิเนียมคอมโพสิต ประกอบด้วย แกนโพลี**

เอททิลีน(Polyethylene Core) ซึ่งมีหลายชนิดแตกต่างกันไปตาม วัตถุประสงค์ใช้งาน ได้แก่ ชนิดธรรมดา ชนิดกันความร้อน ชนิดกันเสียง ประกบหน้า - หลังด้วยแผ่นอลูมิเนียม (Aluminium Sheet) โดยยึดติดกันด้วยฟิล์มเหนียว (Adhesive Film) เคลือบผิวปกป้องความสวยงามของสี ด้วยระบบ PVDF Coating (สำหรับชนิดใช้ภายนอก)แล้วปิดทับด้วยฟิล์มป้องกันรอยขีดข่วน (Protective Film) โดยมีคุณสมบัติที่โดดเด่น ดังนี้

ความราบเรียบ	: มีความเรียบดีเลิศเนื่องจากใช้กระบวนการประกบชั้นวัสดุให้ยึดติดกันแบบต่อเนื่อง ทำให้ไม่เกิดเป็นคลื่นลอนเหมือนกับแผ่นโลหะโซลิดทั่วไป
ความสม่ำเสมอของสี	: ด้วยกระบวนการเคลือบสีแบบต่อเนื่องทำให้มีสีคงที่และสม่ำเสมอ แม้ต่างล็อตการผลิต
ความแข็งแกร่ง	: เนื่องจากเป็นวัสดุประเภทแผ่นคอมโพสิท HPC จึงเป็นแผ่นวัสดุที่เบาและแข็งแรง
ความสะดวกในการทำงาน	: HPC เป็นวัสดุที่สามารถตัดแต่ง ดัดโค้ง เซาะร่อง และขึ้นรูปด้วยเครื่องมือและอุปกรณ์สำหรับงานอลูมิเนียมและงานไม้ได้ตามปกติโดยง่าย
ความปลอดภัยจากเพลิงไหม้	: HPC เป็นวัสดุที่มีความปลอดภัยจากเพลิงไหม้เนื่องจากมีแกนกลางทนไฟ และผ่านการทดสอบตามข้อกำหนดในกฎหมายป้องกันเพลิงไหม้

2. Aluminium Sheet



ภาพที่ 113 Aluminium Sheet

ที่มา : http://www.hansvv1.nl/project-voorbeelden/aluminiumcorrosie/

แผ่นอลูมิเนียม แผ่นอลูมิเนียมเป็นแผ่นที่นิยมนำมาใช้ในงานทำป้าย จราจร,ป้ายความปลอดภัย, มากที่สุดและเป็นมาตราฐานของกรม ทางหลวงด้วย โดยคุณสมบัติที่สำคัญของแผ่นอลูมิเนียมคือ น้ำหนักเบา ไม่ขึ้นสนิม โดยความหนาของแผ่นอลูมิเนียมที่นิยมใช้ ก็จะมีตั้งแต่ 1 มม ขึ้นไป แต่ที่นิยมมากที่สุดคือความหนา 2 มม ทั้งนี้ความหนา ของแผ่นอลูมิเนียมก็ขึ้นอยู่กับขนาดของป้ายด้วย โดยป้ายที่มีขนาดใหญ่ก็จะมีความหนาเพิ่มขึ้น

3. Acrylic

ภาพที่ 114 Acrylic

ที่มา : http://acrylic-dee.blogspot.com/

แผ่นอะคริลิคหรือพลาสิกอะคริลิค

เป็นผลิตภัณฑ์ของอะคริลิคของแข็งที่ถูกขึ้นรูปให้มีลักษณะเป็นแผ่น อาจเป็นแผ่นใสหรือแผ่นมีสีต่างๆ นิยมใช้งานมากในภาครัวเรือน เช่น ทำป้าย ทำเครื่องตกแต่งบ้าน วัสดุตกแต่งบ้าน ชั้นโชว์ ตู้เลี้ยงปลา ถังขยะ ของเด็กเล่น กรอบรูป กล่อง เป็นต้น

การผลิตแผ่นอะคริลิกด้วยเทคนิคนี้ สามารถผลิตได้ในหลายลักษณะทั้งผลิตภัณฑ์ ที่โปร่งแสงและทึบแสง สามารถผลิตได้หลากหลายสี และมีผิวหน้าหลายรูปแบบทั้งมันและไม่มัน

- <u>สมบัติทั่วไปของแผ่นอะคริลิก</u>
  - มีความโปร่งใสคล้ายกระจก
  - ทนทานต่อแรงกระแทก แรงกด และสภาพแวดล้อมดินฟ้าอากาศ
  - ทนทานต่อสารเคมีหลายชนิด ยกเว้นสารตัวทำละลาย และกรดที่ส่วนมากมีผลต่ออะคริลิค รวมถึงด่างแก่ทุกชนิด

- สามารถเติมแต่งด้วยสี ให้มีสีสันได้ตามความต้องการ
- มีจุดอ่อนตัวต่ำ ทนต่อความร้อน และมีความเหนียว
- มีสภาพคงรูปที่ดี และทนต่อการขีดข่วน
- เป็นฉนวนไฟฟ้า และฉนวนป้องกันความร้อนที่ดี
- ไม่ดูดความชื้น

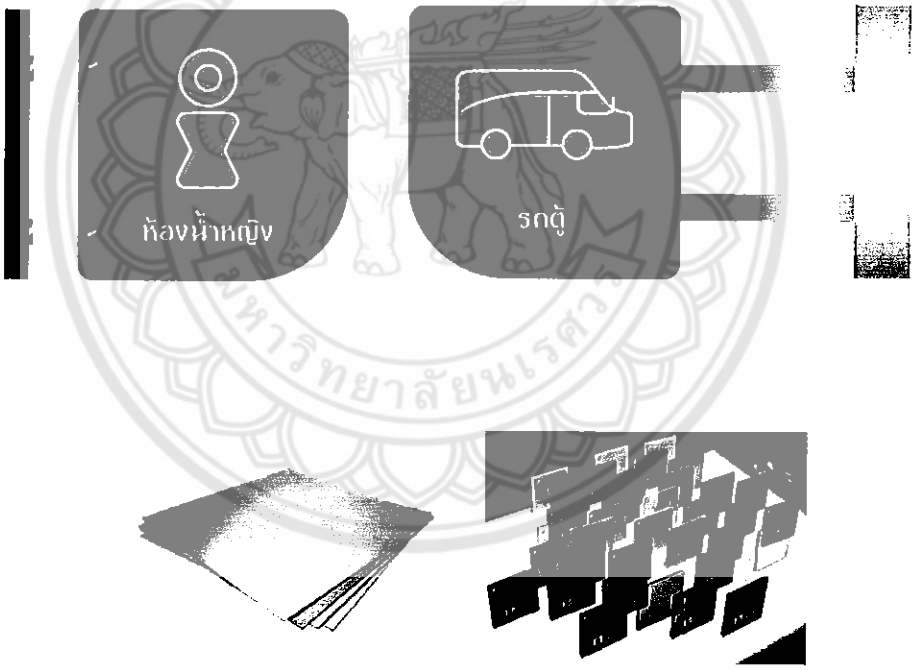
4. ท่อสแตนเลส

ภาพที่ 115 อลูมิเนียม ท่อเหลี่ยม

ที่มา http://www.alusite.com/standard.php

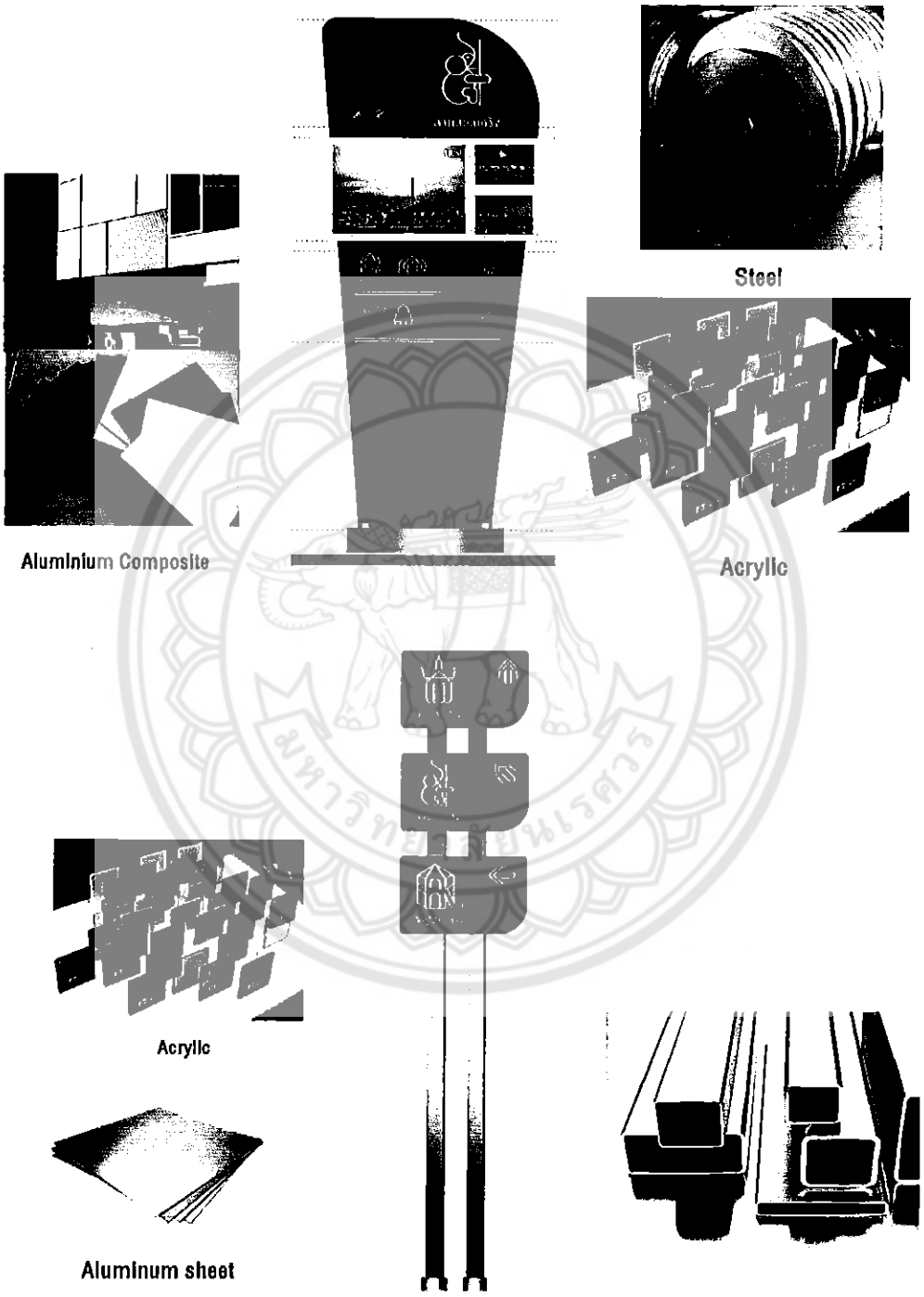
สแตนเลสเกรด304เป็นสแตนเลสเกรดออสเตนิติก (AUSTENITIC) ที่พบเห็น และใช้แพร่หลายที่สุด มีส่วนผสมของโครเมียม (CHROMIUM) ประมาณ 18% และนิคเกิล (NICKEL) ประมาณ 8% ซึ่งสแตนเลสประเภทนี้เราจะพบเห็นได้ในหลายรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นวัตถุดิบ เช่น ท่อสแตนเลส, แผ่นสแตนเลส, ฉากสแตนเลส, เพลาสแตนเลส ซึ่งแสตนเลสเกรดอื่นๆจะไม่ได้มีในรูปแบบวัตถุดิบได้

มากมายขนาดนี้ สาเหตุที่เป็นเช่นนี้ เพราะสแตนเลส เป็นสแตนเลสที่มีคุณสมบัติพื้นฐานเหมาะสมที่สุด เป็นสนิมได้ยาก ทนความร้อนได้พอประมาณ เหมาะกับการใช้งานทั้งภายในและภายนอกอาคาร อีกทั้งสามารถนำไปแปรรูปเป็นเครื่องใช้ เครื่องครัว เครื่องจักรได้อย่างมากมาย งานสแตนเลส 304 ที่เราพบเห็นได้บ่อยๆ ก็เช่น ใช้ในอุตสาหกรรมอาหาร, เครื่องดื่ม, อุปกรณ์เครื่องครัว, เครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร, เครื่องใช้ในบ้าน, เครื่องล้างจาน, อ่างล้างจาน, ภาชนะหุงต้ม, เครื่องมือในโรงพยาบาล, ผลิตเครื่องจักรต่างๆ และเวชภัณฑ์, ตู้รถไฟ, ตู้คอนเทนเนอร์ ฯลฯ



Aluminum sheet **Acrylic**

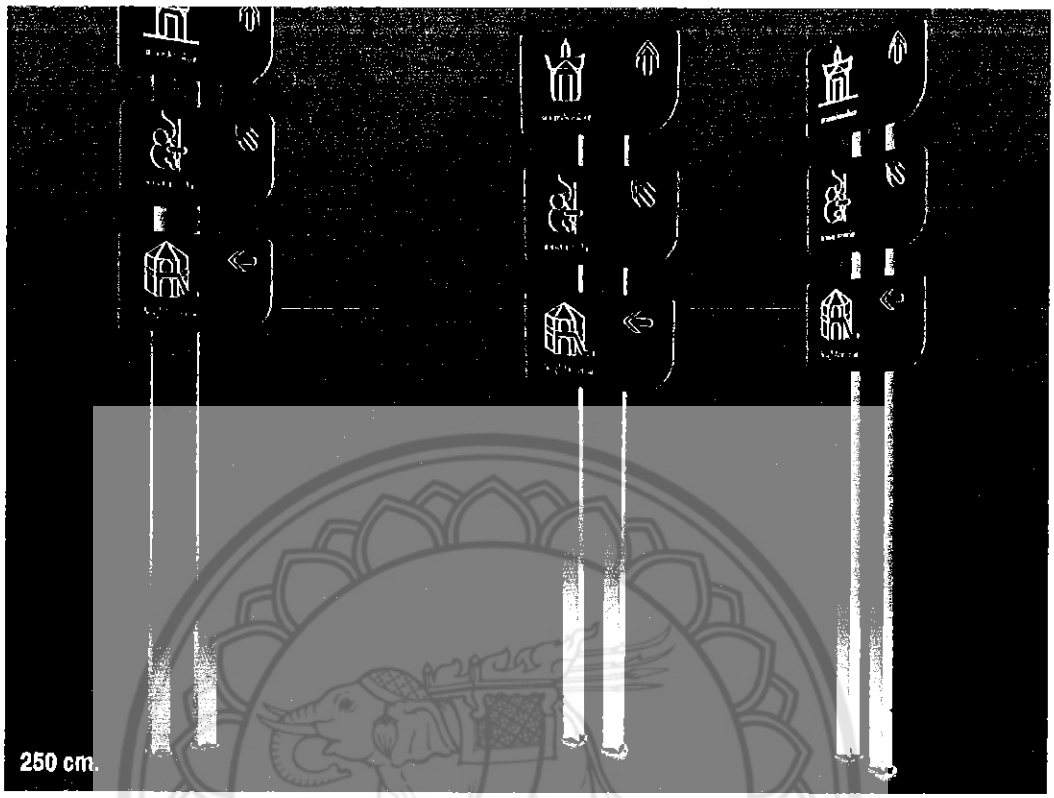
ภาพที่ 116 วัสดุป้ายต่างๆ (1)

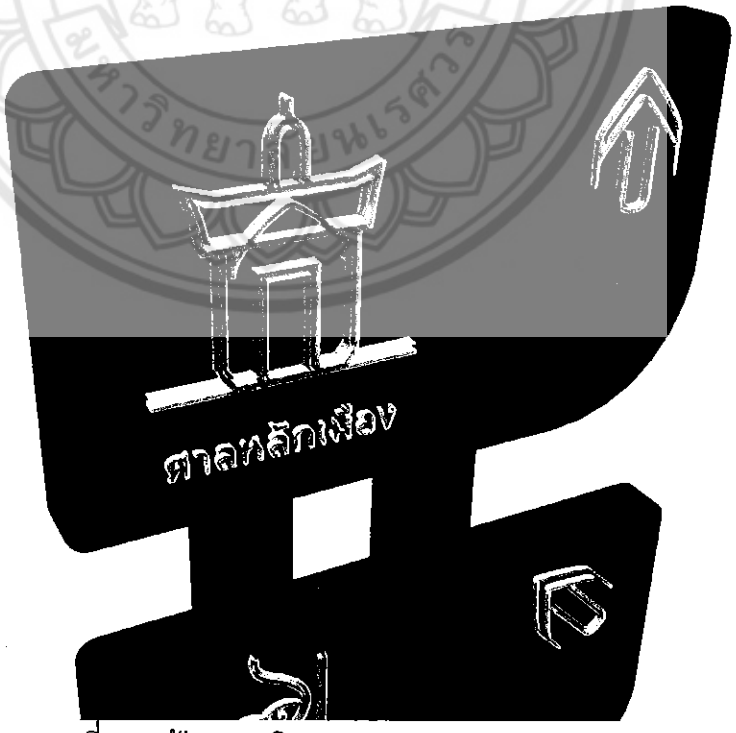


ภาพที่ 117 วัสดุป้ายต่างๆ (2)

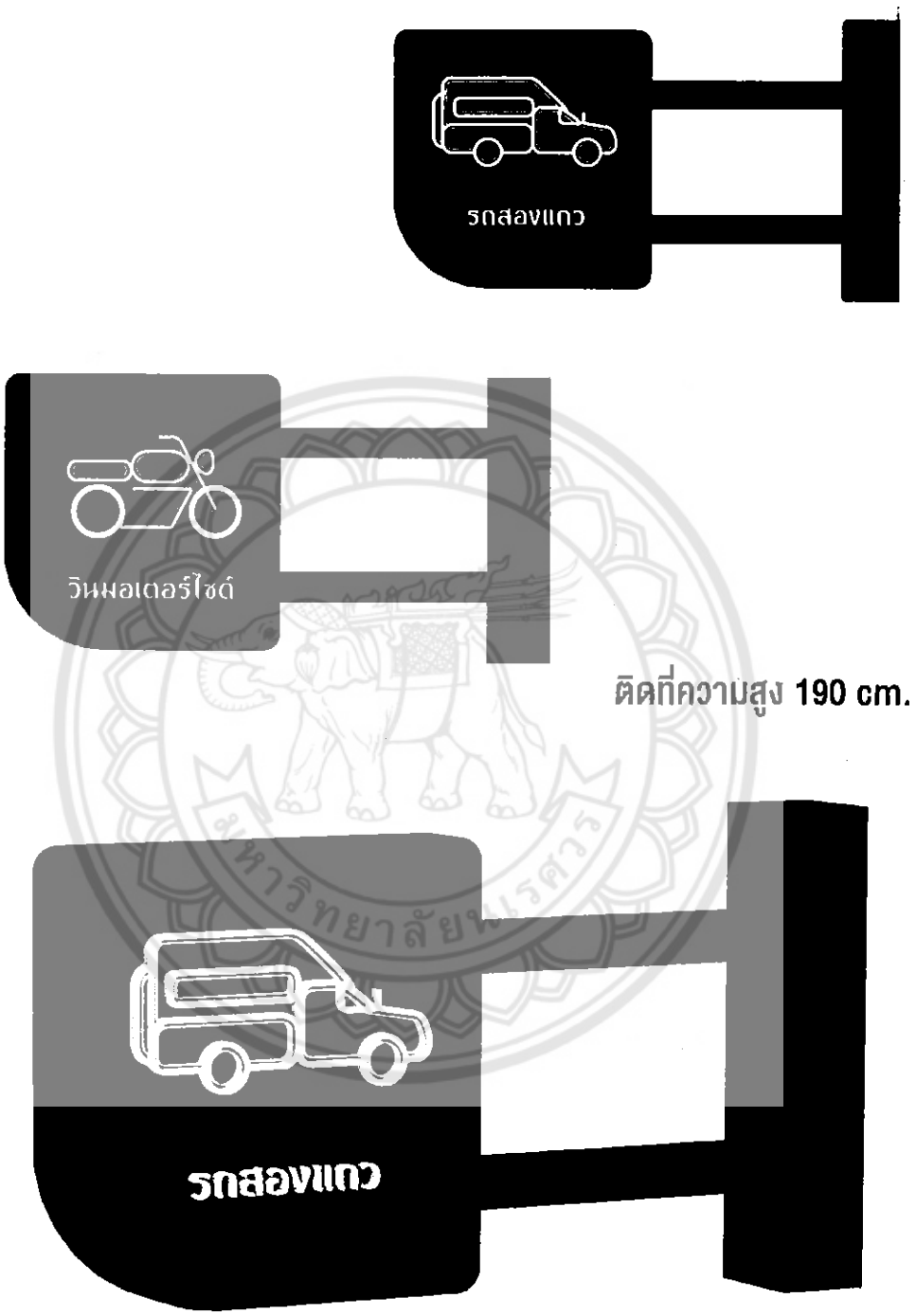
4.6 3D Sign Family

ภาพที่ 118 ป้ายตั้งขา วางตามสถานที่ (Free Standing Sign)



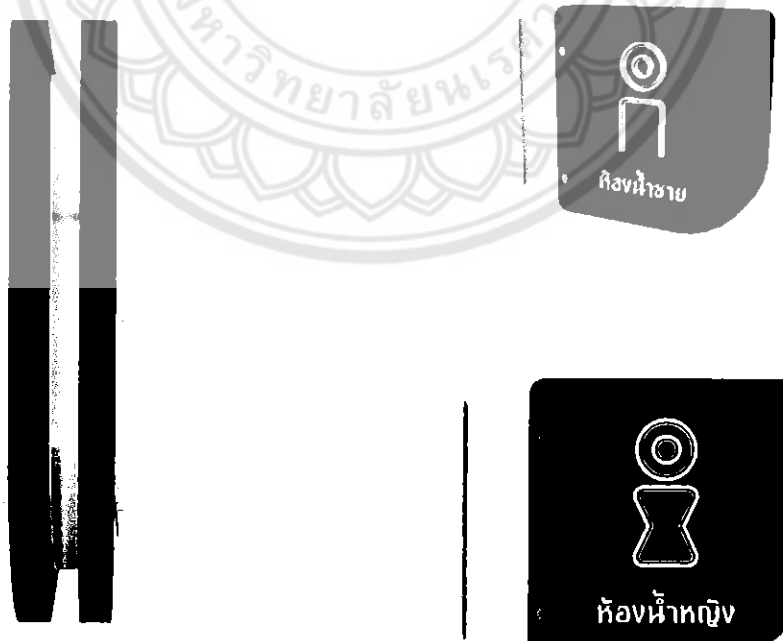


ภาพที่ 119 ป้ายบอกทิศทาง (Wayfinding Sign)



ภาพที่ 120 ป้ายยื่นออกจากผนัง (Projecting Sign) (1)

ติดที่ความสูง 180 cm.

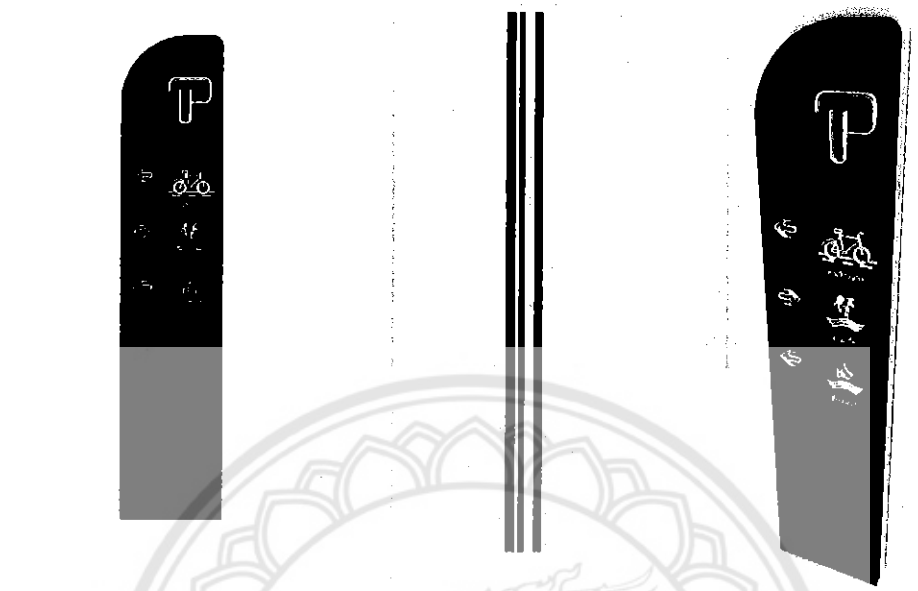


ติดที่ความสูง 180 cm.

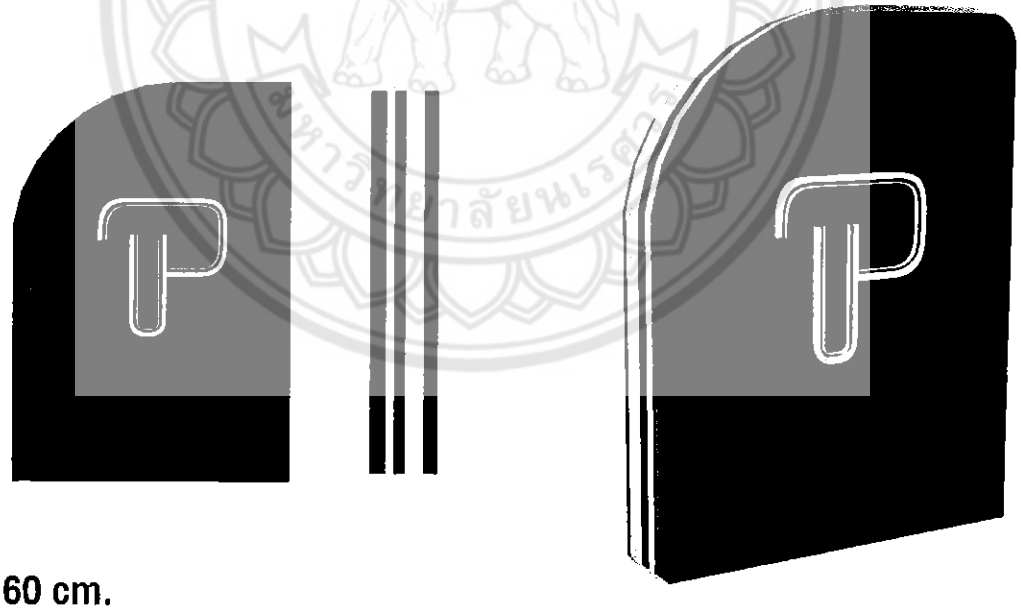
ภาพที่ 121 ป้ายยื่นออกจากผนัง (Projecting Sign) (2)

ติดที่ความสูง 180 cm.

ภาพที่ 122 ป้ายติดผนัง (Wall Sign)

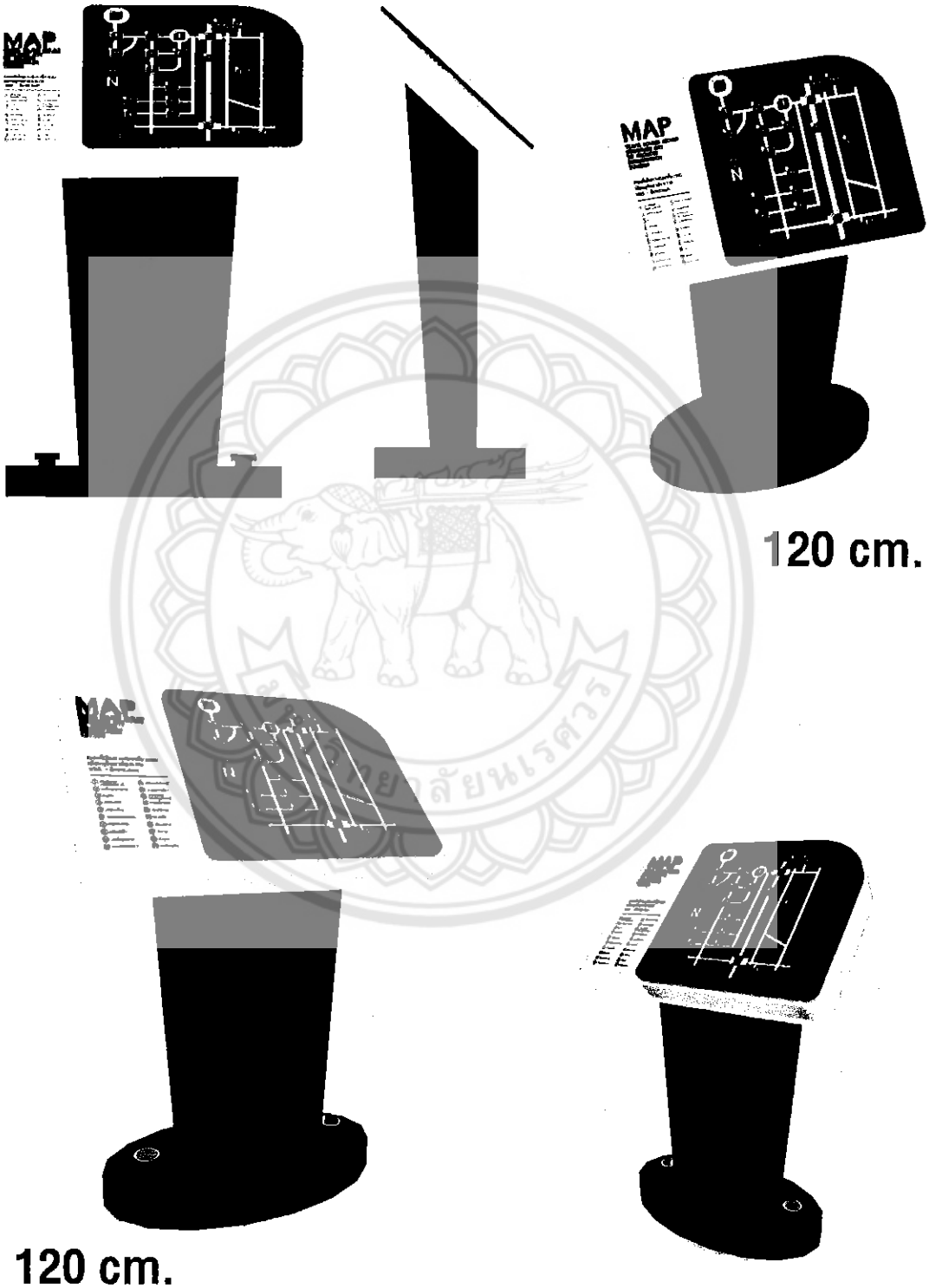


150 cm.

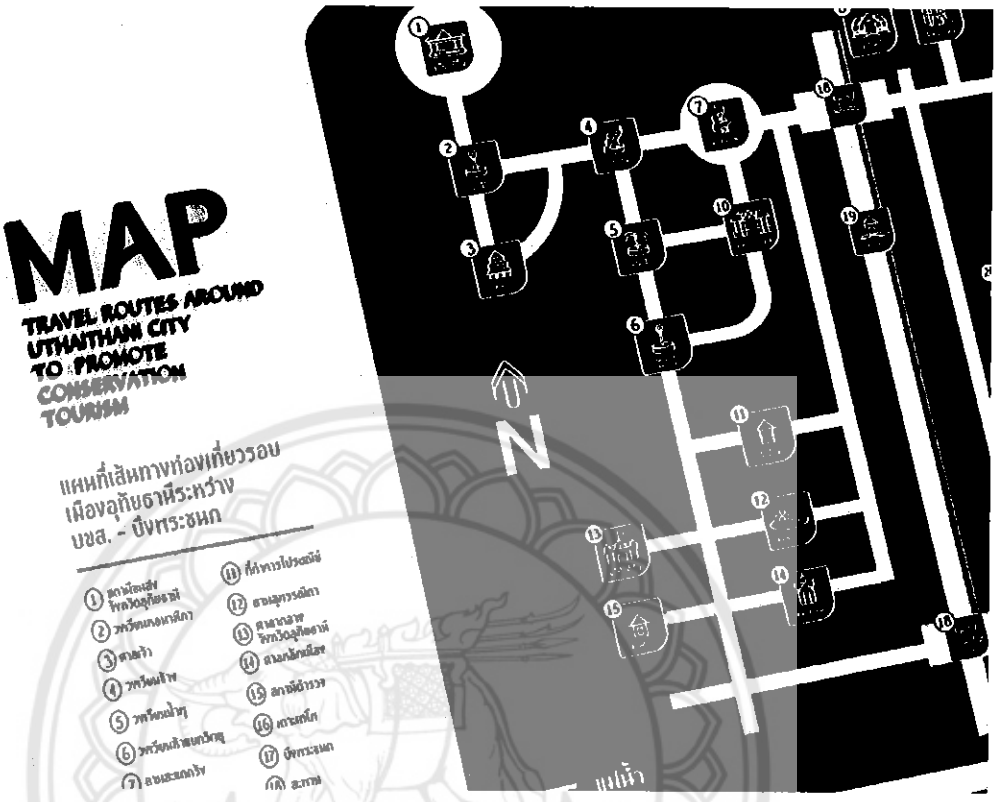


60 cm.

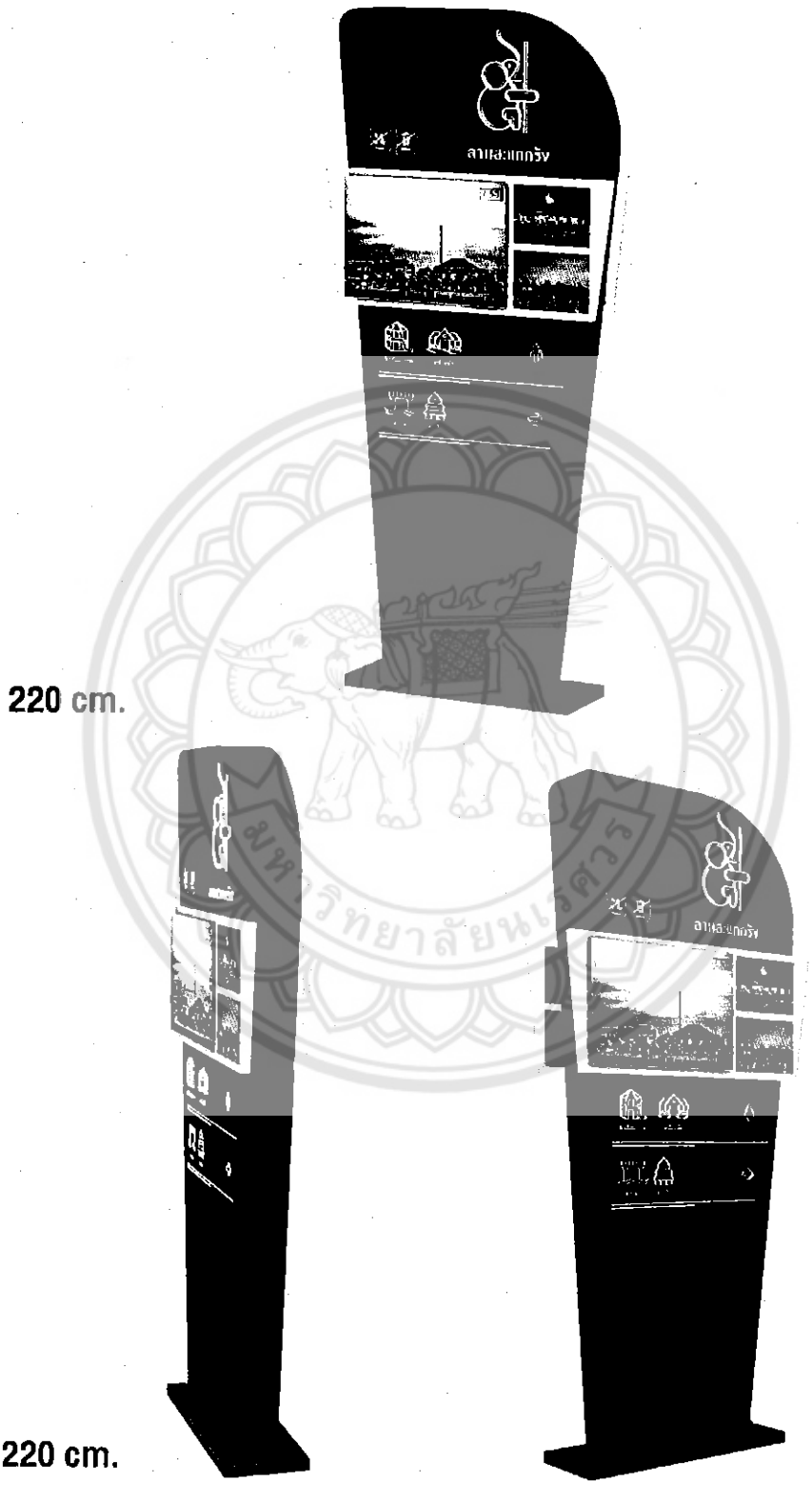
ภาพที่ 123 ป้ายบอกทิศทาง (Wayfinding Sign) **เส้นทาง** Bike Route



ภาพที่ 124 ป้ายบอกข้อมูล (Information Sign) **ป้ายแผนที่**

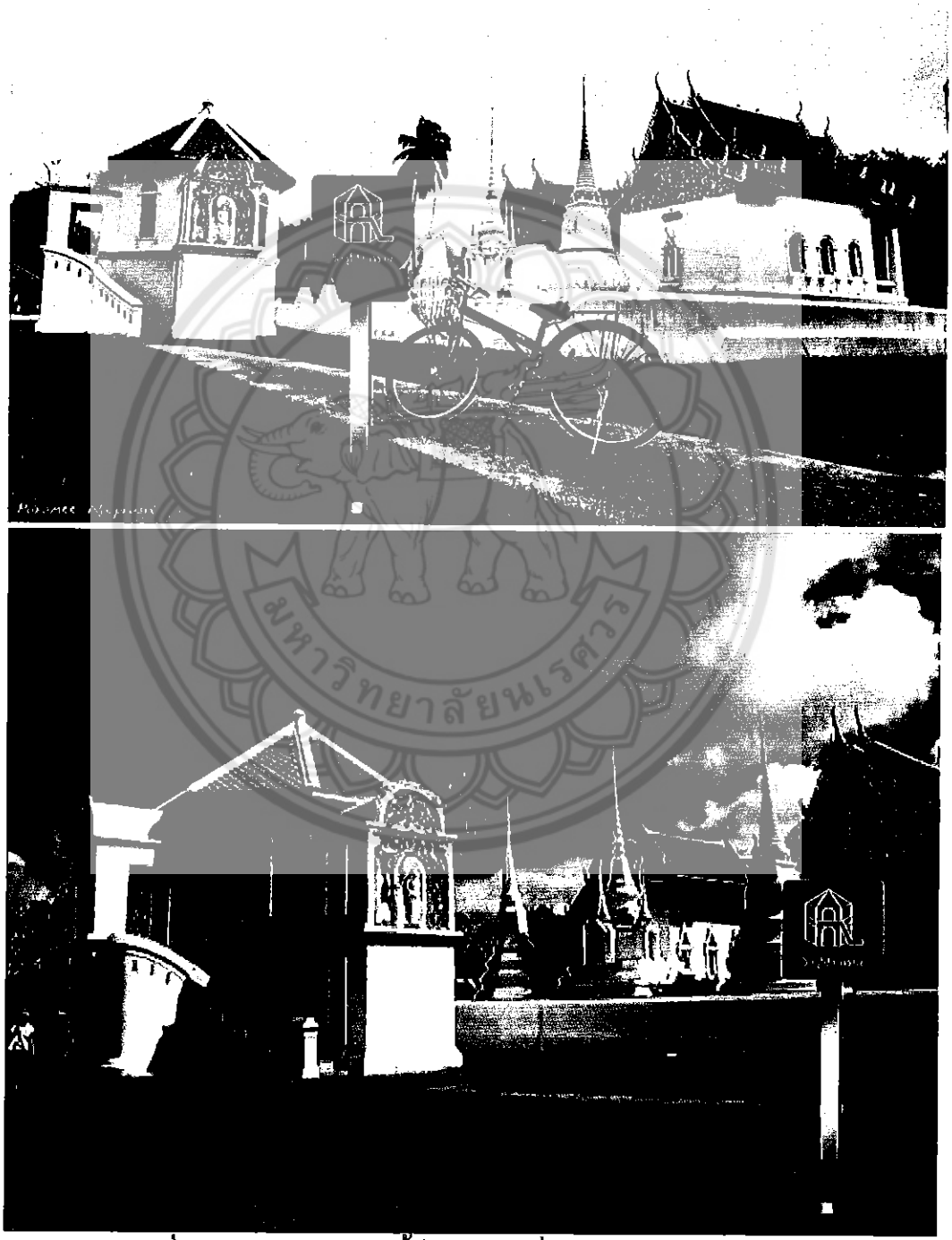


ภาพที่ 125 ป้ายบอกข้อมูล (Information Sign) รายละเอียด ป้ายแผนที่

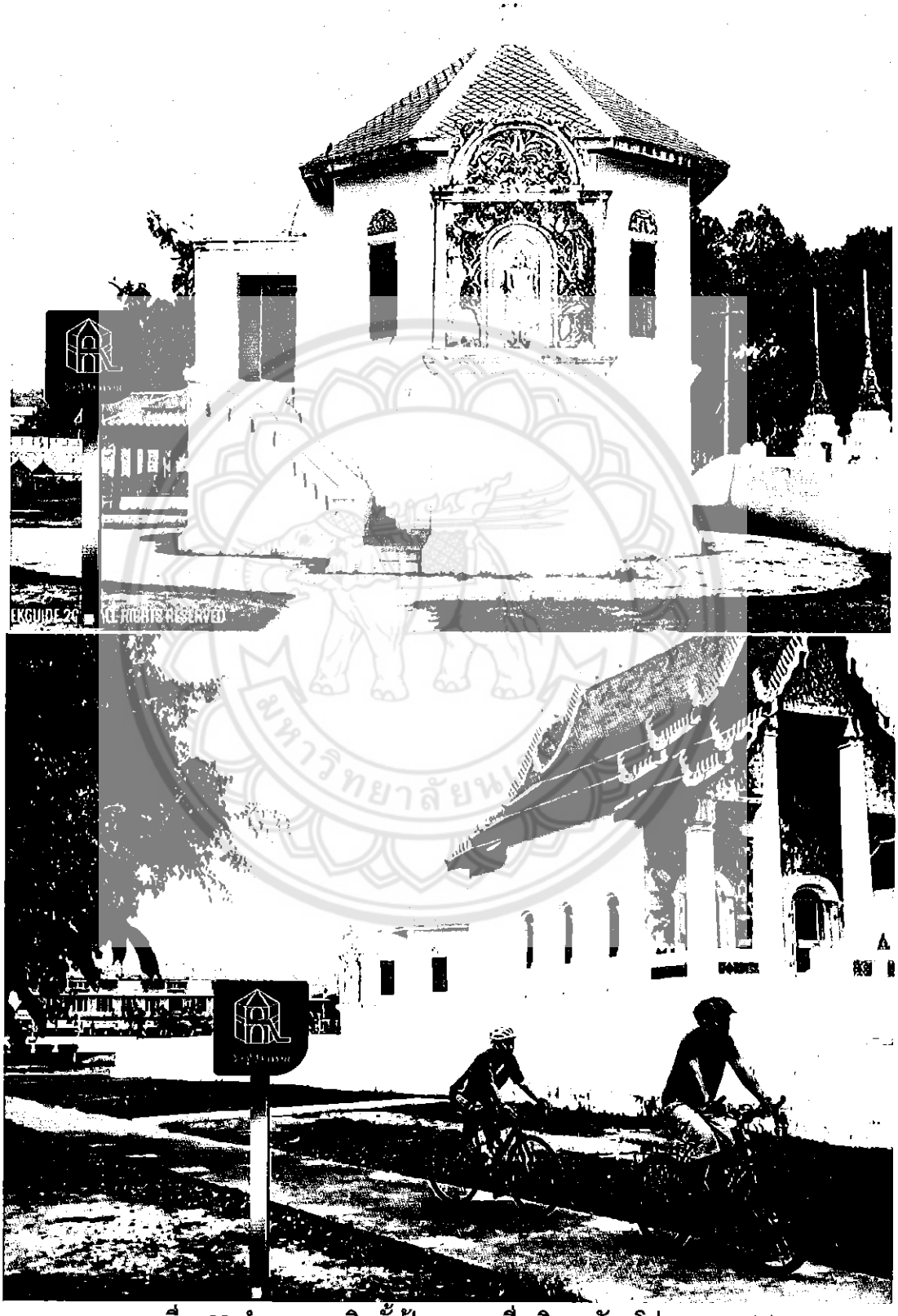


ภาพที่ 126 ป้ายบอกข้อมูล (Information Sign) Landmark

4.7 จำลองการติดตั้ง



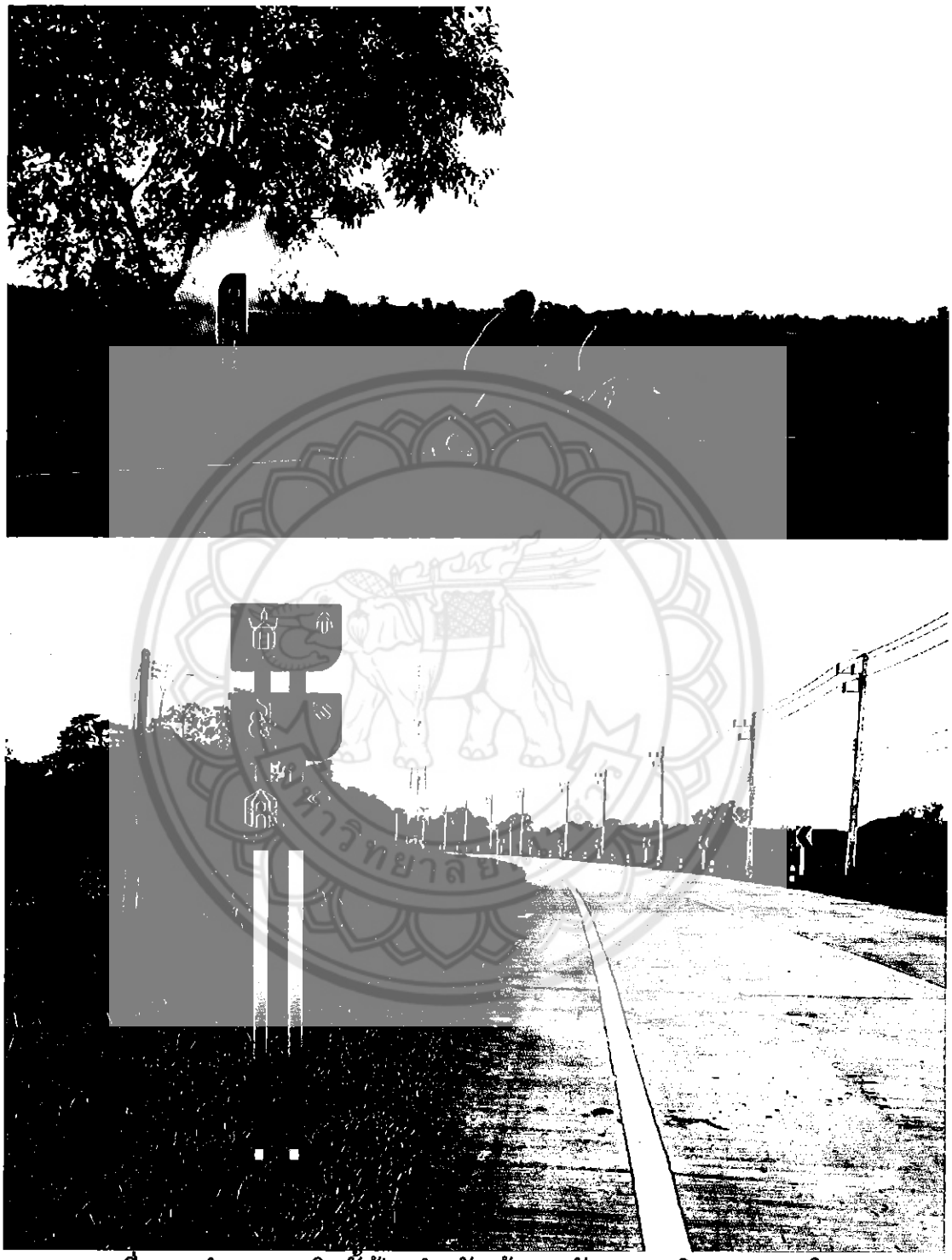
ภาพที่ 127 จำลองการติดตั้งป้ายสถานที่ บริเวณวัดอุโปสถาราม (1)



ภาพที่ 128 จำลองการติดตั้งป้ายสถานที่ บริเวณวัดอุโปสถาราม (2)

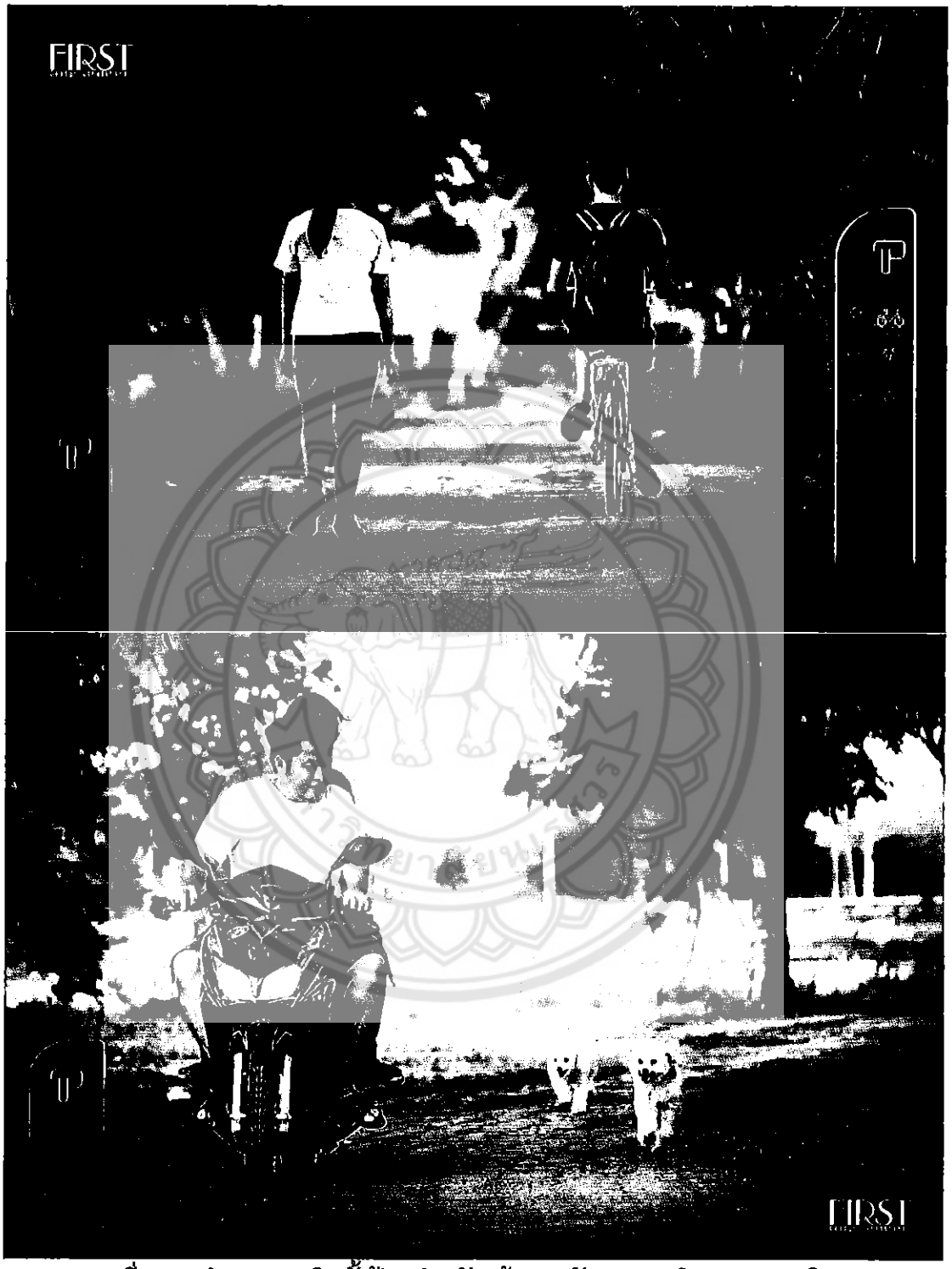
ภาพที่ 129 จำลองการติดตั้งป้ายสำหรับเส้นทางจักรยาน บริเวณเกาะเทโพ (1)

ขอบคุณภาพจาก เพจ Facebook : เฟิสต์ดีไซน์ อุทัยธานี



ภาพที่ 130 จำลองการติดตั้งป้ายสำหรับเส้นทางจักรยาน บริเวณเกาะเทโพ (2)

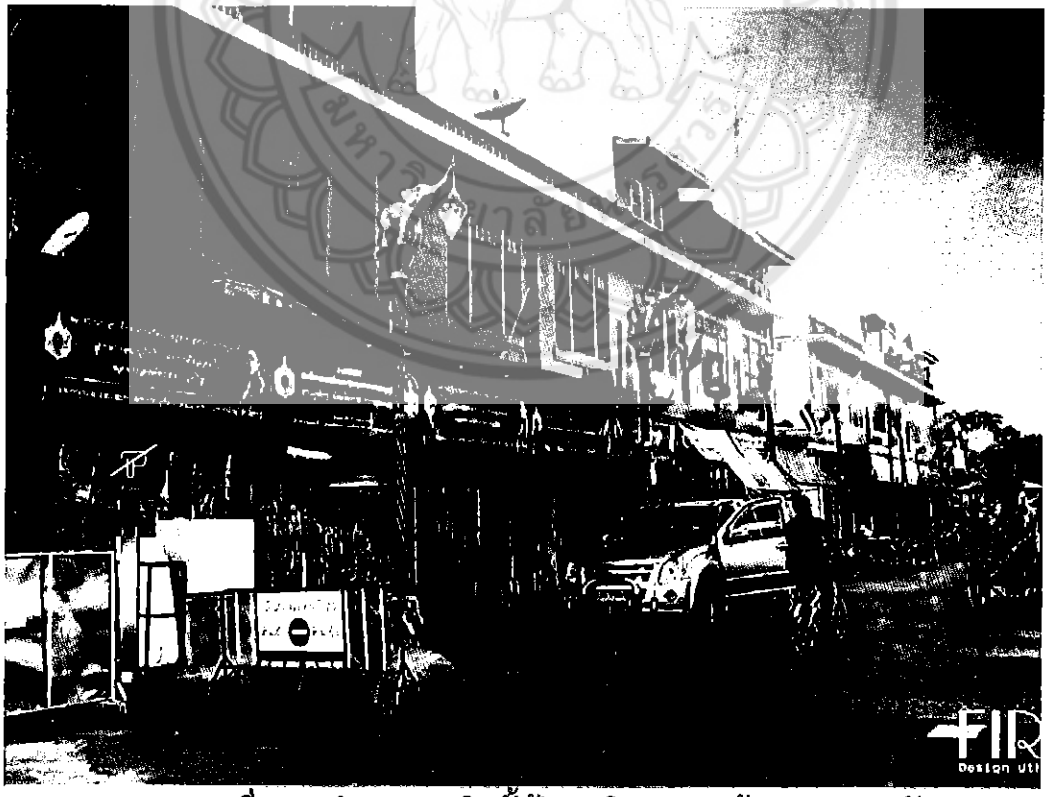
ขอบคุณภาพจาก เพจเพจ Facebook : Todsaporn Klinglom



ภาพที่ 131 จำลองการติดตั้งป้ายสำหรับเส้นทางจักรยาน บริเวณเกาะเทโพ (3)

ขอบคุณภาพจาก เพจ Facebook : เฟิสต์ดีไซน์ อุทัยธานี

ภาพที่ 130 จำลองการติดตั้งเส้นทางจักรยาน บริเวณบึงพระชนก



ภาพที่ 132 จำลองการติดตั้งป้าย บริเวณทางเข้าลานสะแกกรัง

ขอบคุณภาพจาก เพจ Facebook : เฟิสต์ดีไซน์ อุทัยธานี

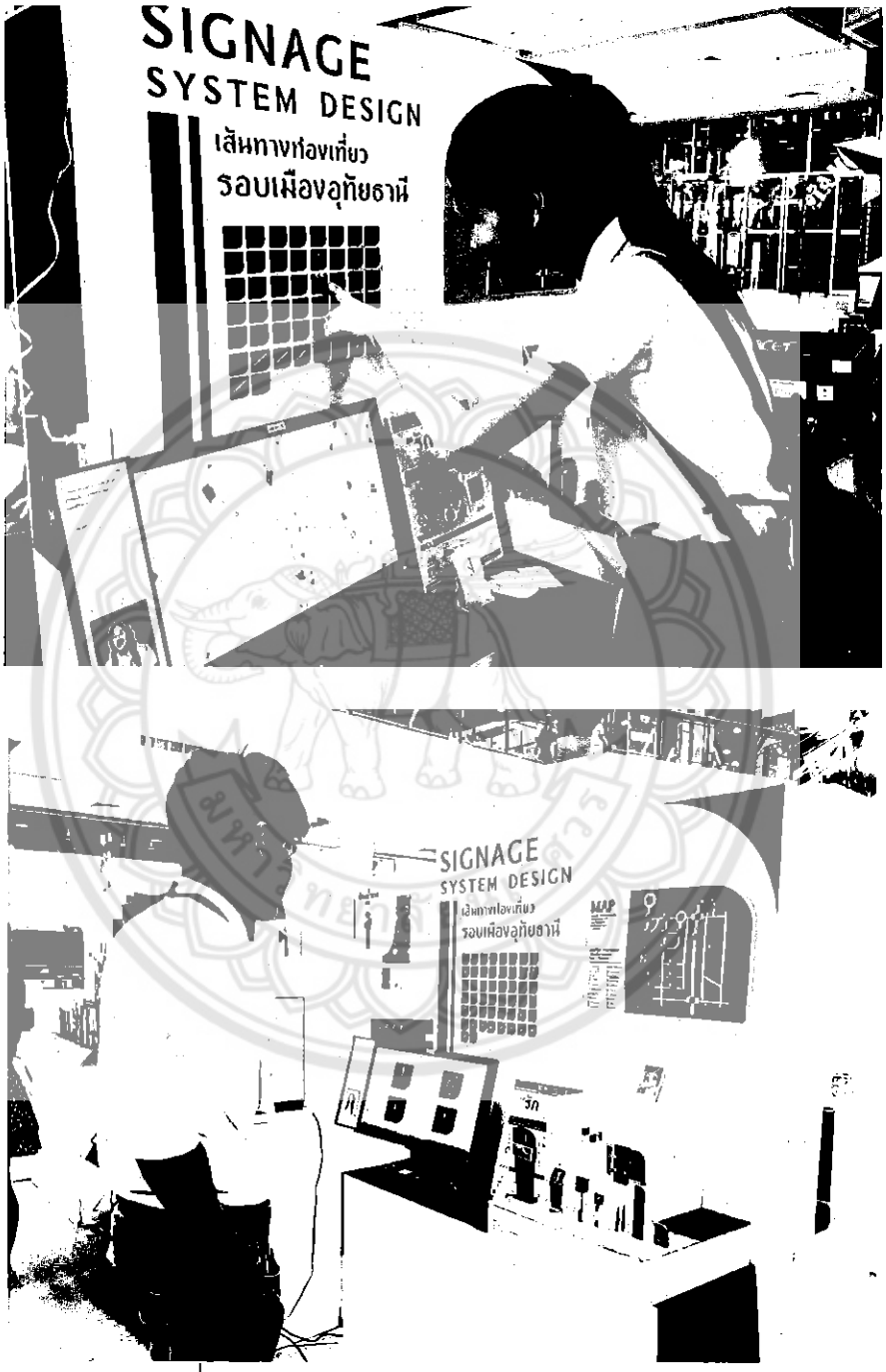
ภาพที่ 133 จำลองการติดตั้งป้าย บริเวณลานสะแกกรัง (1)

ขอบคุณภาพจาก เพจ Facebook : เฟิสต์ดีไซน์ อุทัยธานี

ภาพที่ 134 จำลองการติดตั้งป้าย บริเวณลานสะแกกรัง (2)

ขอบคุณภาพจาก เพจ Facebook : เฟิสต์ดีไซน์ อุทัยธานี

4.8 จัด Exhibition Central Plaza Phitsanulok



รูปที่ 135 จัด Exhibition Central Plaza Phitsanulok

บทที่ 5

บทสรุป

จากการศึกษาวิจัยการออกแบบแบบระบบป้ายสัญลักษณ์ สำหรับเส้นทางท่องเที่ยวรอบเมืองอุทัยธานี เพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตการศึกษาค้นคว้าและวิธีดำเนินการศึกษาตามหัวข้อ ดังต่อไปนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษา และพัฒนาการออกแบบระบบป้ายสัญลักษณ์ สำหรับเส้นทางท่องเที่ยวรอบเมืองอุทัยธานี เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ให้มีมาตรฐานรองรับกับทั้งคนในพื้นที่และกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีมากขึ้นทุกปี อีกทั้งยังช่วยส่งเสริมให้เส้นทางท่องเที่ยวรอบเมืองอุทัยธานีเป็นที่รู้จักมากขึ้น มีระบบป้ายสัญลักษณ์ที่ดีและมีเอกลักษณ์มากขึ้นอีกด้วย และพบว่ากลุ่มเป้าหมายมีความเข้าใจในผลงานอีกทั้งยังมีประโยชน์มากต่อกลุ่มเป้าหมายและสถานที่อีกด้วย

สรุปผลงานการออกแบบแบบระบบป้ายสัญลักษณ์ สำหรับเส้นทางท่องเที่ยวรอบเมืองอุทัยธานี เพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ประกอบไปด้วย

1. ชุดป้ายสัญลักษณ์เส้นทางท่องเที่ยวรอบเมืองอุทัยธานี
2. แผนที่เส้นทางท่องเที่ยวรอบเมืองอุทัยธานี
3. ป้ายเพื่อสิ่งแวดล้อม (Environmental Design)

โดยนำข้อมูลจากการศึกษา มาสรุปและทำการวิเคราะห์เพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบดังนี้

1. ลักษณะของกราฟิก เลือกใช้จากการตีคำของความหมายแนวคิด(Concept) และตัดทอนการออกแบบที่เรียบง่ายและสวยงามเพื่อให้กลุ่มเป้าหมายเข้าใจได้ง่ายที่สุด
2. โครงสร้าง รูปทรง ของระบบป้ายต่างๆเลือกใช้ที่เหมาะกับกลุ่มเป้าหมายและให้ความรู้สึกโค้งมนเพื่อให้ความรู้สึกที่ผ่อนคลายไม่เครียด เหมาะกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์
3. สี การใช้สีหลักมีอยู่ด้วยกัน 2 สี ซึ่งเป็นสีไทยโทน ที่มีความเป็นเอกลักษณ์และเป็นสีของไทย คือ สีเขียวใบแค และสีเหลืองดอกบวบ โดยดึงมาจากสีของประจำจังหวัดและผสมสานของความเป็นอนุรักษ์ลงไปจึงได้ออกมาเป็นสีดังกล่าว

4. ตัวอักษร ในการเลือกใช้นั้นใช้ ฟ้อนต์ BSRU Bansomdej ซึ่งรูปแบบของตัวอักษรตรงต่อแนวความคิดและเหมาะสมกับการออกแบบ
5. วัสดุ มีการเลือกใช้ที่ปรับตามเทคโนโลยีที่พัฒนาเรื่อยๆ เพื่อความคงทนกับระยะเวลาที่สามารถใช้ได้แบบยาวนาน คือ Aluminium Composite , Aluminium Sheet, Acrylic และ ท่อสแตนเลส

5.2 อภิปรายผล

จากผลการวิจัยในการออกแบบระบบป้ายสัญลักษณ์ สำหรับเส้นทางท่องเที่ยวรอบเมืองอุทัยธานี เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ พบว่า บริเวณพื้นที่เส้นทางรอบเมืองอุทัยธานีนั้นมีภาพลักษณ์ที่ดีและสวยงามมากขึ้น ซึ่งหมายความว่า การออกแบบระบบป้ายสัญลักษณ์นั้นมีความสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งในการช่วยส่งเสริมสถานที่ พื้นที่นั้นๆให้มีความโดดเด่น สวยงาม ชัดเจน น่าเชื่อถือ และมีความเป็นเอกลักษณ์ และเป็นปัจจัยสำคัญให้กลุ่มเป้าหมายที่มาเที่ยวชมมีความประทับใจต่อสถานที่ได้

ที่ผลเป็นเช่นนี้อาจเพราะผู้วิจัยได้สร้างระบบป้ายสัญลักษณ์ให้มีความชัดเจน เข้าใจง่าย และทันตามยุคสมัยแต่คงความเข้าใจในกลุ่มเป้าหมายไว้ และในปัจจุบันไม่ว่าจะเป็นการเลือกใช้สีสัน ขนาด รูปร่าง ตัวอักษร ในลักษณะที่อ่านง่าย มองเห็นได้ในระยะไกล รายละเอียดในการทำงานของระบบป้ายสัญลักษณ์ต่างๆ มีความเรียบง่าย และสะดวกสบายในการนำมาใช้งานในสถานที่ได้จริง ทำให้การออกแบบสัมฤทธิ์ผลและก่อเกิดประโยชน์ได้มากขึ้น

5.3 ข้อเสนอแนะ

การออกแบบระบบป้ายสัญลักษณ์ สำหรับเส้นทางท่องเที่ยวรอบเมืองอุทัยธานี เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ควรคำนึงถึง

ข้อเสนอแนะในการออกแบบระบบป้ายสัญลักษณ์

1. ก่อนดำเนินการออกแบบระบบป้ายสัญลักษณ์ ควรศึกษาถึงที่มา ปัญหา และเตรียมเนื้อหาสาระที่จะทำการออกแบบโดยผ่านจากการตรวจสอบจากคณะกรรมการหรือผู้เชี่ยวชาญก่อนจะได้ไม่เป็นการเสียเวลา
2. ควรวางแผนและออกแบบระบบป้ายสัญลักษณ์ให้เหมาะสมกับสถานที่ และกลุ่มผู้มาใช้บริการ เพราะการสร้างระบบป้ายสัญลักษณ์นั้นนอกจากจะรู้การใช้โปรแกรมรายละเอียดในการสร้างเป็นแล้ว ยังต้องคำนึงถึงศิลปะในการสร้างผลงานให้มีความสวยงาม น่าสนใจ และง่ายต่อการใช้งานด้วย

3. ผู้วิจัยต้องมีความอดทนมากพอสมควร เพราะขั้นตอนการสร้างระบบป้ายสัญลักษณ์มีความละเอียด และใช้เวลามากในการสร้างสรรค์ผลงาน

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาประวัติความเป็นมา ข้อมูลการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงของสถานที่นั้น
2. ควรศึกษาเนื้อหาในเรื่องของการออกแบบให้ทันตามยุคสมัย
3. ควรพัฒนาระบบป้ายสัญลักษณ์ให้เหมาะสมกับการใช้งาน

มหาวิทยาลัยนเรศวร

บรรณานุกรม

บรรณานุกรมประเภทหนังสือ

เอื้อเอ็นดู ดิศกุล ณ อยุธยา.(2543).**ระบบป้ายสัญลักษณ์** Signage system.กรุงเทพฯ : บริษัท พลัสเพลส จำกัด

บรรณานุกรมประเภทวิทยานิพนธ์และการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง

นางสาววิมลฑา ศิริระเวทย์กุล.(2555).**โครงการออกแบบระบบป้ายสัญลักษณ์ภายในหอสมุดแห่งชาติ** วิทยานิพนธ์หลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาออกแบบสิ่งพิมพ์และบรรจุภัณฑ์คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.กรุงเทพฯ

รุ้งตะวัน เกิดโภคา.(2553).แนวทางพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างยั้งยืนของจังหวัดอุทัยธานี http://libdcms.nida.ac.th/thesis6/2553/b168113.pdf. **วิทยานิพนธ์** วท.ม. (การจัดการสิ่งแวดล้อม).,สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.กรุงเทพฯ

สมชาย เลี้ยงพรพรรณ.(2547).โครงการการศึกษาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในบริเวณทะเลสาบสงขลา http://www.mots.go.th/ewtadmin/ewt/mots_km/ewt_dl_link.php?nid=174. วิจัย กศ.บ.,มหาวิทยาลัยทักษิณ,สงขลา

บรรณานุกรมสื่อออนไลน์

กลุ่มเผยแพร่และประชาสัมพันธ์.**ทำไมต้องรักษามรดกทางศิลปวัฒนธรรม**.สืบค้นเมื่อ 11 เมษายน 2559, http://www.finearts.go.th/promotion/

นายอาทิตย์ แซ่ย่าง.(2553).**พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการเดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่อุทยานแห่งชาติดอยสุเทพ-ปุย อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่** สืบค้นเมื่อ 11 เมษายน 2559, http://library.cmu.ac.th/faculty/econ/Exer751409/2553/Exer2553_no392

ชวัลนุช อุทยาน.**ความหมายของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว**.สืบค้นเมื่อ 11 เมษายน 2559, https://touristbehaviour.wordpress.com/1/

ไทยรัฐออนไลน์.(2557).**5 เหตุผล...ปั่นจักรยานกันเถอะ**.สืบค้นเมื่อ 11 เมษายน 2559, http://www.thairath.co.th/content/404179

นายอุสมาน เจ๊ะและ นางสาวนัสรีมะฮ์ ยะโต๊ะ นางสาวนูรียะ บูสาเร๊ะ.**วิชาศิลปะและการออกแบบ**.สืบค้นเมื่อ 11 เมษายน 2559, https://sites.google.com/site/wichasilpalaeakarxxkbaeb/

น.ส. ภนิดา โพธิ์เกษม.(2554).**การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์**. สืบค้นเมื่อ 11 เมษายน 2559, http://www.slideshare.net/PanidaYaya/ss-8985069

แพทย์หญิงศรีประภา ชัยสินธพ.**สภาพจิตใจของวัยผู้ใหญ่**.สืบค้นเมื่อ 11 เมษายน 2559, http://rama4.mahidol.ac.th/ramamental/?q=generalknowledge/general/06272014-1009

อติพงษ์ ดวงจันทร์.**นโยบายการเงินและจุดมุ่งหมาย**.สืบค้นเมื่อ 11 เมษายน 2559, http://www.fpo.go.th/S-I/Source/Training/training2/index_training2.htm

theTripPacker.(2556).**วัดอุโบสถาราม ศาสนสถานเก่าแก่ สถาปัตยกรรมงดงามริมแม่น้ำสะแกกรัง**.สืบค้นเมื่อ 11 เมษายน2559, http://www.thetrippacker.com/th/review/%E0%B8%A7%E0%B8%B1%E0%B8%94%E0%B8%AD%E0%B8%B8%E0%B9%82%E0%B8%9A%E0%B8%AA%E0%B8%96%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%B2%E0%B8%A1%E0%B8%A7%E0%B8%B1%E0%B8%94%E0%B9%82%E0%B8%9A%E0%B8%AA%E0%B8%96%E0%B9%8C/6466

Chatchanok Wongvachara.(2553).**Grand Palace**.สืบค้นเมื่อ 11 เมษายน 2559, https://www.behance.net/gallery/457498/Grand-Palace

creativemove.(2558).**อลหม่านคิวรถตู้ (อนุสาวรีย์ฯ) แก้ได้ด้วยแอพฯ THAIVANS ฝีมือ นศ.ไทย**.สืบค้นเมื่อ 11 เมษายน 2559, http://www.creativemove.com/creative/thaivan-application/

MEDIATHAILANDAT.(2553).**จิตวิทยาการเรียนรู้วัยผู้ใหญ่**.สืบค้นเมื่อ 11 เมษายน 2559, http://mediathailand.blogspot.com/2012/05/blog-post_8983.html

Penina Finger.(2556). Rio 2016 Olympic and Paralympic pictograms revealed. สืบค้นเมื่อ 11 เมษายน 2559, http://www.webdesignerdepot.com/2013/11/rio-2016-olympicand-paralympic-pictograms-revealed/

rio2016.Pictograms Rio 2016.สืบค้นเมื่อ 11 เมษายน 2559, http://www.rio2016.com/en/more-information/games-design/pictograms

segd.org. Vienna International Airport Wayfinding.สืบค้นเมื่อ 11 เมษายน 2559, https://segd.org/vienna-international-airport-wayfinding

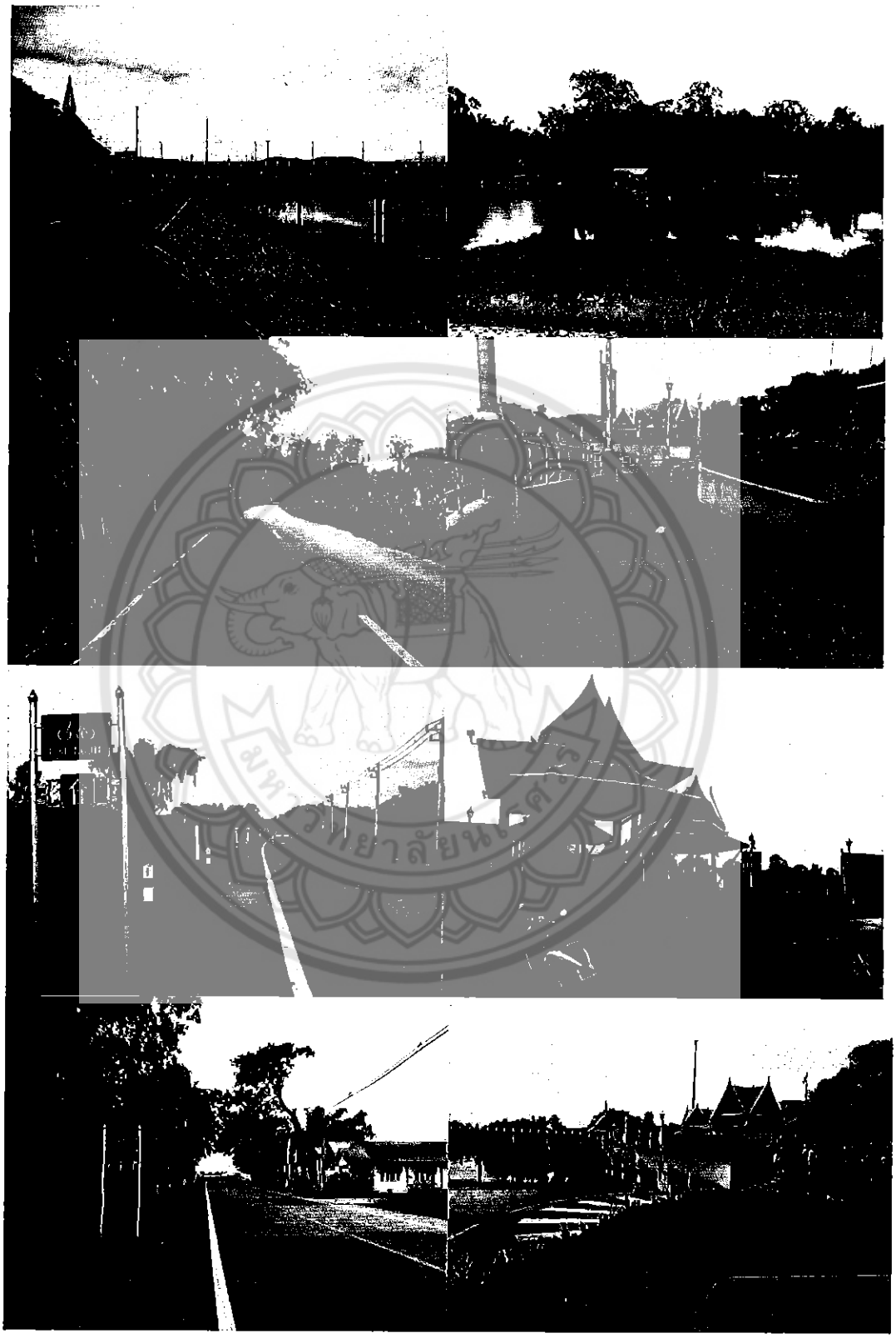
tntypography.eu.(2555).Signage redesign at the Vienna International Airport. สืบค้นเมื่อ 11 เมษายน 2559, http://tntypography.eu/signage-redesign-at-the-vienna international-airport/

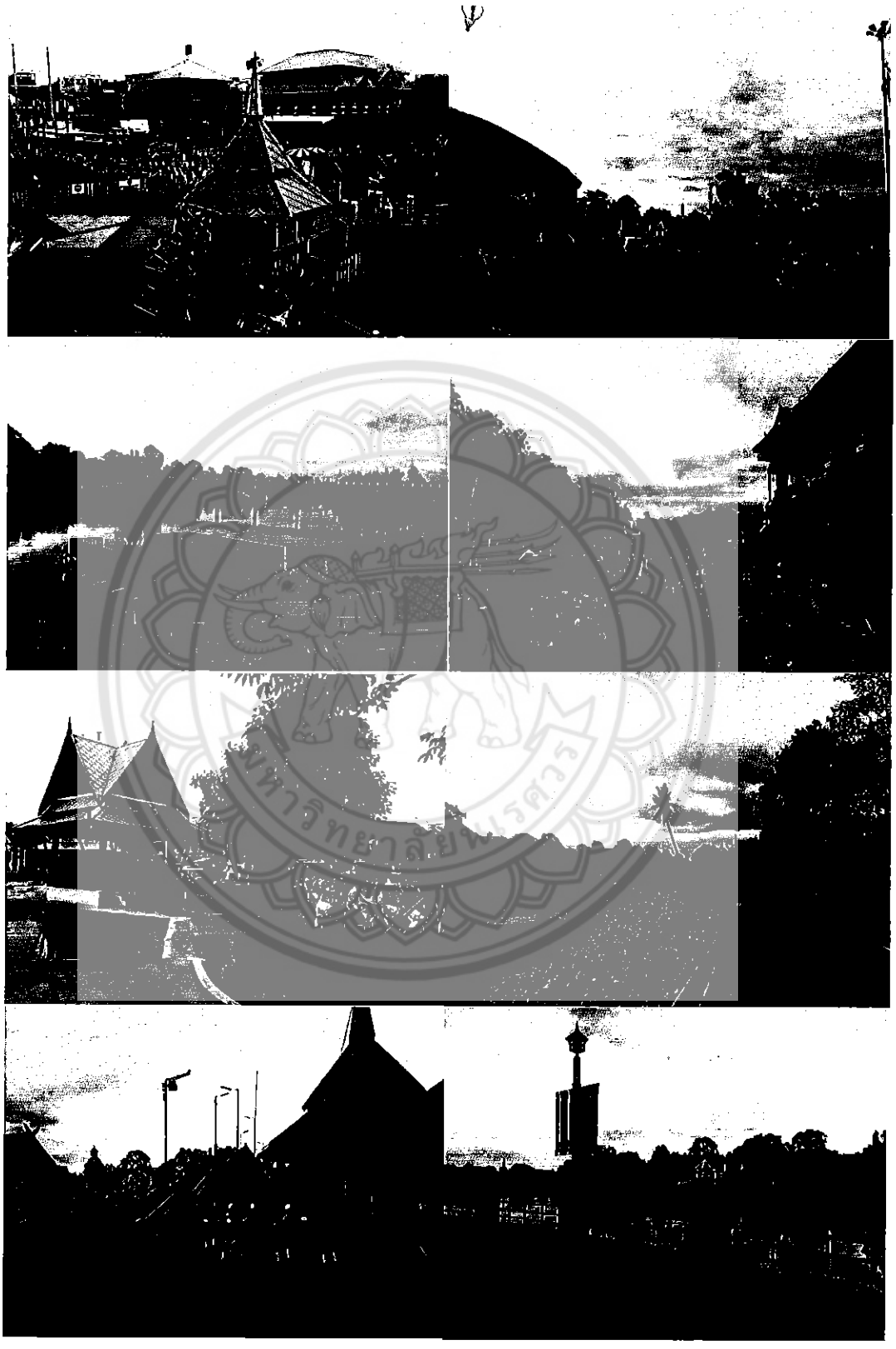
typotheque.(2555).Vienna International Airport.สืบค้นเมื่อ 11 เมษายน 2559, http://fontsinuse.com/uses/1736/vienna-international-airport

Zangzaew.(2549). 10 **ปัจจัยบ่งชี้..การท่องเที่ยวด้วยจักรยาน..บูม**.สืบค้นเมื่อ 11 เมษายน 2559, http://www.bikegazine.com/2010/11/10.html

ภาคผนวก

ภาคผนวก ลงสำรวจพื้นที่บริเวณลานสะแกกรัง บึงพระชนก และเกาะเทโพ อำเภอเมือง จังหวัดอุทัยธานี





ภาคผนวก การจัดแสดง Exhibition Central Plaza Phitsanulok

SIGNAGE
SYSTEM DESIGN
เส้นทางท่องเที่ยว
รอบเมืองอุทัยธานี